

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Geografie
1.3 Departamentul	Dep. de Geografie al Extensiilor. Extensia Sighetu Marmației
1.4 Domeniul de studii	Geografie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Geografia Turismului (Sighetu Marmației)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ACTIVITATEA AGENȚIILOR DE TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Marin Ilies						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Simion Simona Alina						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități ...					-
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.8 Total ore pe semestru		100			
3.9 Numărul total de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințele însușite prin aprofundarea conținuturilor predate în cadrul disciplinelor <i>Drept comercial și legislație în turism, Economia turismului și întreprinderii de turism, Organizarea serviciilor în turism, Tehnici operaționale în turism, Ghidaj turistic, Comunicare și imagine în turism</i> facilitează înțelegerea și accesibilitatea temelor propuse, iar în subsidiar, cursanții își vor consolida baza conceptuală operațională prin activarea și valorificarea fondului informațional preexistent.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Continuitatea valorificării aplicative a cunoștințelor dobândite permite o parcurgere graduală a capitolelor, în strânsă relație cu tematica disciplinelor anterior studiate.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• Sală dotată cu calculator/laptop, videoproiector, conexiune la Internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none">• Sală dotată cu calculator/laptop, videoproiector, conexiune la Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• C1 Inițierea în crearea și promovarea produselor turistice.• C2 Utilizarea adecvată a bazelor de date și a platformelor de rezervare moderne în vederea integrării în tendințele turistice și a gestionării durabile a activității agenției de turism: platforme intra și extranet, sisteme de rezervare computerizate.• C3 Înțelegerea relației funcționale dintre agenția de turism și colaboratorii săi pe baza aplicării procedurilor de rezervare, confirmare, urmărire, control și evaluare.• C4 Utilizarea studiului geografic pentru crearea documentației necesare în activitatea departamentală a agenției de turism (turism intern, turism extern, incoming, ticketing, ghidaj turistic).• C5 Dobândirea competențelor de comunicare pre- și post-vânzare.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• CT1 Însușirea capacității de a relaționa eficient și constructiv în diverse contexte ale comunicării în activitatea agenției de turism: a tolera alte puncte de vedere, a conștientiza responsabilitatea individuală și colectivă, a crea încredere și empatie în alți indivizi.• CT2 Dezvoltarea capacității de a gândi și raționa utilizând reprezentări ale diverselor situații matematice și formarea competențelor digitale necesare în departamentele agenției de turism• CT3 Formarea abilităților antreprenoriale prin dezvoltarea inițiativei și a capacității de a răspunde pozitiv la schimbări, de a lucra în mod cooperant și flexibil în cadrul unei echipe, de a evalua și a-și asuma răspunderi în diverse situații

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Însușirea bazei operaționale necesare în utilizarea metodelor și tehnicilor proprii activității agenției de turism, prin prisma conexiunilor dintre acestea: <i>analize tipologice, structurarea și dinamica agenției de turism, funcționarea și evaluarea activității departamentale, calarea pe noile tendințe și inovații în domeniu.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Inițierea studenților în activitatea agențiilor de turism, prin analiza și interpretarea relațiilor structurale, informaționale, financiare și interumane, în contextul cadrului legislativ și normativ actual.• Familiarizarea studenților cu coordonatele practic-aplicative ale activității agențiilor de turism, care au ca finalitate colaborarea cu partenerii implicați în actul turistic (de la intermedierea, la prestarea serviciilor turistice), elaborarea produselor turistice și comercializarea acestora, precum și aspectele legate de comunicarea internă și externă.• Aplicarea metodelor moderne de lucru în activitățile de rezervare, confirmare, tarifare și urmărire a acțiunilor turistice.• Formarea abilităților de comunicare și de operaționalizare a cunoștințelor însușite prin elaborarea și susținerea de proiecte axate pe aprofundarea unor studii de caz prezentate în tematica aferentă cursului.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Agenția de turism. Elemente de bază	<ul style="list-style-type: none">• expunerea combinată cu metode activ-participative	2 ore
2. Tipologia agențiilor de turism. Licențierea agenției de turism	<ul style="list-style-type: none">• metode didactice activ-participative• prelegere orală cu secțiuni interactive	2 ore
3. Amenajarea și design-ul agenției de turism	<ul style="list-style-type: none">• expunerea interactivă• analiza comparativă• modelarea• exemplificarea	2 ore
4. Contractele și contractarea	<ul style="list-style-type: none">• prelegere orală cu secțiuni interactive (studiu de caz)• documentarea pe web• utilizarea instrumentelor on-line specializate• problematizarea• explicația• lucrul în grup organizat	2 ore
5. Elemente de identitate și brandingul agenției de turism	<ul style="list-style-type: none">• conversația euristică• explicația• prelegere orală cu secțiuni interactive	2 ore
6. Particularitățile și performanța resursei umane	<ul style="list-style-type: none">• conversația euristică• explicația• folosirea aplicațiilor soft specializate• instruirea programată• documentarea pe web	2 ore
7. Promovarea și comercializarea produselor turistice din postura de revânzător	<ul style="list-style-type: none">• expunerea interactivă• explicația• lucrul în grup organizat• documentarea pe web	2 ore

8. Produse și servicii turistice proprii (specifice touroperatorilor)	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • analiza comparativă • investigația în comun • documentarea pe web 	2 ore
9. Conceperea programelor turistice în spațiu, timp și buget	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • explicația 	2 ore
10. Analiza de preț și prețurile forfetare	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • dezbateră • conversația euristică 	2 ore
11. Procedurile de lucru	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative (discuții interactive, investigații în comun) 	2 ore
12. Sistemul de comunicare în agenția de turism. Rezolvarea situațiilor conflictuale	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • documentarea pe web 	2 ore
13. Strategia de piață și website-ul agenției de turism	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative • lucrul în grup 	2 ore
14. Sistemul de control și gestiune. Evaluarea performanței agenției de turism și resursei umane	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative • analiza comparativă • conversația euristică 	2 ore

Bibliografie

1. Altman, I. (2004), Management și marketing în unitățile de turism, Ed. Eurodidact, Cluj-Napoca
2. Altman, I. (2007), Negocierea, Ed. Eclatant, Cluj-Napoca
3. Boyer, M., Viallon, P. (1994), La communication touristique, Ed. Presses Universitaires de France, Paris
4. Canargie, D, Crom, J.O., Crom, M.A. (2003) Tehnici de a vinde, Ed. Curtea Veche, București
5. Câmpeanu-Sonea, Eugenia (2006), Managementul firmei prestatoare de servicii în turism, Ed. Riosprint, Cluj-Napoca
6. Davidson, R. (1992), Tourism in Europe, Ed. Pitman, London
7. Koetler, P. (2004), Ten Deadly Marketing Sins, Ed. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey
8. Lukacs, J. (2005), Povestea „orașului - comoară“, Ed. Biblioteca Apostrof, Cluj-Napoca (2005)
9. Stănciulescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
10. Stănciulescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
11. Stănciulescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București

12. Stănciulescu, Gabriela , Marin-Pantelescu, Andreea (2008), Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed.ASE, București
13. Syratt, Gwenda (1992), Manual of Travel Agency Practice, Ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford
14. Ureche, Cornelia (2006), Agenția de turism. Tehnici de rezervare, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
15. Vellas, F., Becherel, L. (1995), International Tourism, Ed. Macmillan, Londra
16. ***(2003), *Passenger Air Tariff, Training Extract*, Ediția a 2-a, Published by IATA & SITA

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Studiul legislației specifice agențiilor de turism	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • explicația • problematizarea • observarea independentă • investigația în comun 	1 oră
2. Întocmirea dosarului de înființare a unei agenții de turism	<ul style="list-style-type: none"> • studiul de caz • lucrul în grup organizat 	1 oră
3. Conceperea elementelor de identificare a agenției de turism	<ul style="list-style-type: none"> • modelarea • lucrul în grup organizat 	1 oră
4. Analiza de preț pentru un program turistic	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • studiul de caz • brainstorming • observația dirijată • prezentări de proiecte: dezbateri/analize tematice 	1 oră
5. Verificarea calitativă și funcțională a prestatorilor de servicii turistice	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming • prezentări de proiecte: dezbateri/analize tematice 	1 oră
6. Conceperea unui program turistic în spațiu, timp și buget	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • problematizarea • joc de roluri 	1 oră
7. Redactarea mesajelor de comunicare cu partenerii de afaceri	<ul style="list-style-type: none"> • activități practice pe grupe, în teren • observația dirijată • investigația în comun • analiza comparativă 	1 oră
8. Redactarea mesajelor de comunicare cu potențialii clienți	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră

9. Redactarea mesajelor de comunicare cu turiștii (au cumpărat deja produsul)	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră
10. Întocmirea și utilizarea unei proceduri de lucru	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră
11. Scenarii de comunicare cu clienții sau partenerii dificili	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră
12. Model de analiză a pieței	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră
13. Model de testare a unui produs turistic	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră
15. Realizarea unui graf privind sistemul de control și gestiune a agenției	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming 	1 oră

Bibliografie

1. Boyer, M., Viallon, P. (1994), La communication touristique, Ed. Presses Universitaires de France, Paris
2. Canargie, D, Crom, J.O., Crom, M.A. (2003) Tehnici de a vinde, Ed. Curtea Veche, București
3. Davidson, R. (1992), Tourism in Europe, Ed. Pitman, London
4. Koetler, P. (2004), Ten Deadly Marketing Sins, Ed. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey
5. Lukacs, J. (2005), Povestea „orașului - comoară”, Ed. Biblioteca Apostrof, Cluj-Napoca (2005)
6. Stănculescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
7. Stănculescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
8. Stănculescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București
9. Stănculescu, Gabriela , Marin-Pantelescu, Andreea (2008), Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed.ASE, București
10. Syrratt, Gwenda (1992), Manual of Travel Agency Practice, Ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford
11. Ureche, Cornelia (2006), Agenția de turism. Tehnici de rezervare, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
12. Vellas, F., Becherel, L. (1995), International Tourism, Ed. Macmillan, Londra

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și din străinătate.
- Din analiza opiniilor formulate de angajatori privind atributele preferențiale ale formației de specialiști a rezultat un grad ridicat de apreciere a profesionalismului acestora, ceea confirmă faptul că, structura și conținutul curriculei educaționale construită pentru acest program de studii sunt corecte, cuprinzătoare și eficiente.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">• verificarea gradului de sistematizare și utilizare a noțiunilor însușite• coerența logică și forța argumentativă• gradul de asimilare a terminologiei de specialitate• aspectele atitudinale: interesul pentru studiu individual	Evaluare secvențială (orală) în timpul semestrului: <ul style="list-style-type: none">- expunerea liberă- conversația de evaluare- chestionarea orală	10%
		Evaluare scrisă (finală) în sesiunea de examene: <ul style="list-style-type: none">- testare sumativă	50%
		Participarea activă la cursuri	5%
10.5 Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none">• capacitatea de aplicare în practică• capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate• criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiințiozitatea, interesul pentru studiu individual	Prezentare temă de seminar, elaborare și realizare protofoliu seminar	15%
		Evaluare scrisă finală (în sesiunea de examene): <ul style="list-style-type: none">- rezolvarea itemilor din test	15%
		Participarea activă la seminarii	5%
10.6 Standard minim de performanță <ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea aspectelor teoretice și metodologice de bază ale Activității agențiilor de turism (concepte, principii, metode, mijloace, indicatori, date și informații) în scopul de a le înțelege, a le aprofunda și a le aplica în crearea, gestionarea și vânzarea produselor turistice, în colaborarea cu partenerii, precum și în comunicarea și negocierea cu clientul și în cadrul agenției de turism.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

15.09.2016

Conf. univ. dr. Marin Ilies

Asist. univ. dr. Simion Simona Alina

Data avizării în departament

Semnătura director de departament