

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Conceperea și comercializarea produselor turistice						
2.2 Titularul activităților de curs	lect. univ. dr. Mihai HOTEA						
2.3 Titularul activităților de seminar	asist. univ. dr. Alina Simona SIMION						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	examen	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					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					6
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	58				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• sală de curs, dotată cu laptop/calculator, videoproiector și softuri adecvate
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• sală de seminar dotată corespunzător: calculatoare, rețea

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> identificarea și analiza potențialului geografic în scop turistic; prelucrarea datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor. folosirea TIC pentru prelucrarea informațiilor și analiza lor; argumentarea soluțiilor pe baza coroborării informațiilor din diferite surse, cu caracter didactic, științific și de popularizare din domeniul geografiei; aplicarea principiilor multi și interdisciplinarității în abordarea domeniului geografiei
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> aplicarea strategiilor de muncă eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională; aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară, atitudine etică față de grup, respect față de diversitate și multiculturalitate; acceptarea diversității de opinie autoevaluarea nevoii de formare profesională continuă în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> cursul urmărește să ofere studenților cunoștințele necesare cu privire la aspectele teoretice și practice legate de conceperea și comercializarea produselor turistice.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> reliefarea conceptelor, principiilor, metodelor și mijloacelor de investigație, a cauzalităților și intercondiționărilor care influențează în diferite ponderi și maniere realizarea călătoriei familiarizarea studenților cu diferitele tipuri de produse și clientele turistice, trecerea prin diferitele faze de concepție și comercializare evaluarea produselor turistice

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Produsele turistice. Noțiuni teoretice.	<ul style="list-style-type: none"> comunicarea interactivă; expunerea, problematizarea, demonstrația, prelegerea; 	2 ore
Tipologia produselor turistice.		2 ore
Segmentarea pieței turistice.		2 ore
Clientela turistică.		2 ore
Conceperea produselor turistice. Etapele de realizare.		2 ore
Conceperea produselor turistice. Componentele și prețul produsului turistic.		2 ore
Comercializarea produselor turistice. Mijloacele de distribuție.		2 ore
Comercializarea produselor turistice. Politicile tarifare.		2 ore
Promovarea și distribuția produselor turistice.		2 ore
Tipuri particulare de produse turistice.		2 ore
Realizarea de campanii publicitare.		2 ore
Editarea de materiale publicitare.		2 ore
Sistemul informațional de promovare a unui produs turistic.		2 ore
Evaluarea produselor turistice.		2 ore

Bibliografie

- Bain, S., Wilkinson, N. (2004), *Corel Draw 12. Ghidul oficial*, Bic All, București.
- Cocean, P., Dezsi, Șt. (2005), *Prospectare și geoinformare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- Gherasim, T., Gherasim, D. (1999), *Marketing turistic*, Editura Economică București.
- Luca, C., Hurmuzescu, D. (2004), *Manualul practic al ghidului de turism*, Edit. THR-CG, București.
- Kotler Ph., Keller, K.L. (2008), *Managementul marketingului*, Ed. a V a, Teora București.
- Kotler Ph., Armstrong, G. (2008), *Principiile marketingului*, Ed. IV, Teora, București.
- Kouchner, Françoise, Le Borgne, Al. (2002), *Créer et commercialiser des produits de tourisme equestre*, Edition Afit, Paris.
- Petre, D., Iliescu, D. (2005), *Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia reclamei*, Editura Comunicare.ro.
- Ureche, C. (2006), *Agenția de turism. Tehnici de rezervare*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Produsele turistice. Analiză de materiale publicitare.	- comunicarea interactivă;	1 oră
Tipuri de clientelă turistică. Țintirea clientelei turistice.	- problematizarea,	1 oră
Coerența, constanța și atractivitatea produselor turistice.	demonstrația,	1 oră
Caietul de sarcini al unui produs turistic. Analiza de preț.	- munca pe echipe	1 oră
Întocmirea fișei tehnice a produsului.	concepute și conduse	1 oră
Conceperea unui itinerariu turistic (în Țara Maramureșului).	după reguli prestabilite;	1 oră
Realizarea unui afiș, a unei broșuri pentru un itinerariu dat.	- utilizarea aplicațiilor soft	
Comercializarea unui itinerariu turistic (etapele punerii pe piață, mijloace de distribuție, politici tarifare).	specializate	1 oră
Evaluarea unui itinerariu turistic.		1 oră
Conceperea unui produs turistic ecvestru (clientela din		1 oră

turismul ecvestru, etape de realizare a produsului).		
Conceperea unui produs turistic ecvestru (componentele produsului)		1 oră
Conceperea unui produs turistic ecvestru (prețul produsului, realizarea unui afiș, a unei broșuri).		1 oră
Comercializarea unui produs turistic ecvestru (etapele punerii pe piață, mijloace de distribuție, politici tarifare). Evaluarea produsului turistic ecvestru.		1 oră
Colocviu		1 oră
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> Bain, S., Wilkinson, N. (2004), <i>Corel Draw 12. Ghidul oficial</i>, Bic All, București. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2005), <i>Prospectare și geoinformare turistică</i>, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. Gherasim, T., Gherasim, D. (1999), <i>Marketing turistic</i>, Editura Economică București. Kotler Ph., Armstrong, G. (2008), <i>Principiile marketingului</i>, Ed. IV, Teora, București. Kouchner, Françoise, Le Borgne, Al. (2002), <i>Créer et commercialiser des produits de tourisme equestre</i>, Edition Afit, Paris. Petre, D., Iliescu, D. (2005), <i>Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia reclamei</i>, Editura Comunicare.ro. Ureche, C. (2006), <i>Agenția de turism. Tehnici de rezervare</i>, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 		

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 țara și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri atât cu reprezentanți ai mediului de afaceri cât și cu cadre didactice din alte facultăți similare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<p>Criterii generale de evaluare: completitudinea și corectitudinea cunoștințelor, coerența logică, fluența, expresivitatea, forța de argumentare; capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate în activități intelectuale complexe; capacitatea de aplicare în practică, în contexte diferite, a cunoștințelor învățate; capacitatea de analiză, de interpretare personală, originalitatea, creativitatea;</p> <p>criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiinciozitatea, interesul pentru studiu individual.</p>	Evaluarea scrisă și evaluarea orală	60%
10.5 Seminar/laborator	<p>Criterii generale de evaluare la care se adaugă criteriile specifice ce decurg din particularitățile disciplinei</p> <p>capacitatea de aplicare în practică;</p> <p>- criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiinciozitatea, interesul pentru studiu individual.</p>	<p>Verificarea practică</p> <p>Observarea și analiza activităților practice desfășurate de studenți</p> <p>Participare activă la seminarii</p>	<p>30%</p> <p>10%</p>
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> cunoașterea elementelor fundamentale aferente concepției, comercializării și evaluării produselor turistice (tipologia produselor turistice, segmentarea pieței turistice, clientela turistică, etapele de concepere a produselor turistice, comercializarea și promovarea produselor turistice, editarea de materiale publicitare, evaluarea produselor turistice 			

Data completării

20.01.2017

Semnătura titularului de curs

Asist. univ. dr. Alina Simona SIMION



Semnătura titularului de seminar

lect. univ. dr. Mihai Hotea



Data avizării în departament

06.02.2017

Semnătura Directorului de departament

Conf. univ. dr. Ștefan Dombay