

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023-2024
Anul de studiu I / Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii 242108 Manager îmbunătățire procese; 242106 Manager inovare; 242114 Manager al sistemelor de management al calității.

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Producția și comercializarea serviciilor turistice			2.2. Cod disciplină	AACTS 123		
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Moisă Claudia						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Moisă Claudia						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	DF

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	119
3.8 Total ore din planul de învățământ	56
3.9 Total ore pe semestru	175
3.10 Numărul de credite	7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Discipline de parcurs din semestrele anterioare, ex: Tehnica operațiunilor de turism Economia turismului, Resurse și destinații turistice.
4.2. de competențe	Competențele oferite de disciplinele enumerate mai sus, ex.: Tour-operatori, Agențiile de turism

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru desfășurarea activității didactice (susținerea cursului): prezentări sub formă PPT, materiale informative pe suport hârtie, electronice etc. - pentru studenți: suport de curs în format editat - echipamente tehnice: laptop, videoproiector, tablă inteligentă
5.2. de desfășurarea a	- pentru desfășurarea activității didactice (susținerea seminarului): prezentări sub formă

seminarului/laboratorului	<i>PPT, materiale informative pe suport hârtie, electronice, fișe de lucru, etc. - echipamente tehnice: laptop, videoproiector, tablă inteligentă</i>
---------------------------	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe generale:	<i>CPS2. Înțelegerea noilor tendințe pe plan mondial în domeniul afacerilor în comerț, turism și servicii; CPS7. Înțelegerea și stăpânirea politicilor specifice de marketing turistic în funcție de tipologia gamei de produse și a publicului țintă la care se adresează; CPS11. Elaborarea strategiilor de dezvoltare generală a organizației (strategii de marketing, de promovare etc.); CPS12. Elaborarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților pe care le desfășoară în turism, comerț și servicii; CPS13. Elaborarea de studii privind dezvoltarea activității firmei în noul cadru economic, social și politic; CPS21. Capacitatea de organizare a activității de vânzare a produselor de asigurare, a stabili etapele necesare pentru instrumentare.</i>
Competențe specifice	<i>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale;</i>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Obiectivul principal al cursului are în vedere familiarizarea masteranzilor cu conceptele de servicii turistice, produs turistic, etc. Cursul pune accentul, de asemenea, pe explicarea procesului de prestare a serviciilor turistice, de elaborare și comercializare a produselor turistice.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>- Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, operațiunilor specifice activității turistice (contractarea serviciilor turistice, plata serviciilor turistice etc.), a modelelor de organizare și conducere a firmelor de turism și analizarea principalilor operatori de pe piața turistică internă și internațională (tour-operatorii, agențiile de turism, transportatorii, hotelurile, restaurantele, etc.) - Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului turismului - Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</i>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs 1 Serviciile turistice 1.1. Turismul-activitate specifică de servicii 1.2. Caracteristicile serviciilor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 2 Serviciile turistice 1.3 Tipologia serviciilor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 3. Tour-operatorul –producătorul pachetelor de servicii turistice 2.1. Definiere conceptuală 2.2. Locul și rolul tour-operatorilor în industria turistică	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 4. Tour-operatorul –producătorul pachetelor de	<i>Prelegere, expunere,</i>	sursele bibliografice minime

servicii turistice 2.3. Tipologia tour-operatorilor	<i>discuții</i>	necesare: suport de curs 2 ore
Curs 5. Agenția de turism-vânzătorul produselor turistice 3.1. Conceptul de agenție de turism și tipologia acestora 3.2. Structura tehnică a unei agenții de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 6. Agenția de turism-vânzătorul produselor turistice 3.3 Personalul agenției de turism 3.4. Documentația agenției de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 7. Produsele turistice 4.1 Conceptul de produs turistic și conținutul acestuia 4.2 Caracteristicile și tipologia produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 8. Produsele turistice 4.3 Produse turistice de nișă	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 9. Conceperea și comercializarea produselor turistice 5.1 Etapele realizării programului turistic	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 10. Conceperea și comercializarea produselor turistice 5.2 Condiții de comercializare a produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 11. Conceperea și comercializarea produselor turistice 5.3 Modalități de promovare a produselor turistice 5.4 Strategii de comercializare a produselor turistice elaborate de agențiile de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 12 Produse turistice inovative 6.1 Turismul gastronomic 6.2 Turismul medical	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 13 Produse turistice inovative 6.3 Turismul de lux 6.4 Turismul în parcurile tematice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 14 Produse turistice inovative 6.5 Alte categorii de produse turistice inovative	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Moisă Claudia Olimpia, <i>Producția și comercializarea serviciilor turistice</i>, Suport de curs (format electronic), Biblioteca Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2023 2. Andrei, R., Copețchi, M., Dragnea, L., <i>Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism</i>, Ed. Irecson, București, 2006. 3. Buruiană G., „<i>Politici macroeconomice în turism</i>”, Editura Uranus, București, 2008 4. Cristureanu., C., <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Ed. Ch Beck, București, 2006. 5. Draica, C., <i>Turismul internațional – practici de elaborare și distribuție a produsului turistic</i>, Editura All Beck, București, 2003. 6. Gherțoiu, D. Mihai., <i>Noi forme de turism dezvoltate după 1990. Turismul de nișă din România</i>, Cluj-Napoca, 2014. 7. Moisă C., <i>Economia turismului</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015. 8. Moisă C., Todoran M., <i>Producția și comercializarea serviciilor turistice</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2012. 9. Moisă C., <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016. 10. Moisă C., <i>Turismul de tineret – realități și perspective</i>, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015. 11. Nedelea Al. M., Moisă C.O. și alții, <i>Marketing în turism: teorie și practică</i>, Editura Economică, 2020 12. Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., <i>Elemente de marketing turistic</i>, Ed. Global Media Image, Deva, 2000. 13. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., <i>Economia turismului</i>, Ed. Expert, București, 2001. 		

14. Stăncioiu, A.F. (coord.), *Planificarea de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2005.
15. Stănciulescu G., *Economie și gestiune în turism*, Editura C.H.BECK, București, 2009
16. Stănciulescu, G., *Managementul operațiunilor de turism, ediția a II-a*, Ed. All Beck, București, 2003.
17. Stănciulescu, G., *Managementul agenției de turism*, ediția a II-a, Editura ASE, București, 2005
18. Țuclea C., Raicu R., *“Management strategic în turism – servicii. Exerciții și studii de caz”*, Ed. Uranus, București, 2007
19. Țuclea C., Radu E., Dragoș V., *“Administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii”*, Ed. ASE, București, 2006
- *** Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>

8.3 Seminar-laborator		
<i>1. Seminar introductiv: elaborarea proiectului individual cu tema Elaborarea și comercializarea unui produs turistic cu temă în România</i>	<i>Expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>2. Serviciile turistice de bază și suplimentare</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>3. Importanța intermediarilor în turism</i>	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>4. Principalii tour-operatori din România și la nivel mondial</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>5. Mediul agențiilor de turism- riscuri și oportunități</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>6. Licențierea și brevetarea în România</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>7. Analiza gamei de produse a unei agenții de turism</i>	<i>Studiu de caz</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>8. Etapele de comercializare ale produselor turistice</i>	<i>Aplicații practice</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>9. Promovarea produselor turistice</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>10. Strategii de comercializare a produselor turistice</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>11. Restructurarea politicii de produs turistic în România (dezvoltarea unor forme de turism mai puțin practicate)</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>12. Analiza dimensiunilor pieței turistice</i>	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>13. Analiza SWOT a activității de comercializare de vacanțe în România</i>	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
<i>14. Susținerea proiectului</i>	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Bibliografie		

1. Moisă Claudia Olimpia, *Producția și comercializarea serviciilor turistice*, Suport de curs (format electronic), Biblioteca Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2023
2. Andrei, R., Copețchi, M., Dragnea, L., *Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism*, Ed. Irecson, București, 2006.
3. Buruiană G., „Politici macroeconomice în turism”, Editura Uranus, București, 2008
4. Cristureanu., C., *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Ed. Ch Beck, București, 2006.
5. Draica, C., *Turismul internațional – practici de elaborare și distribuție a produsului turistic*, Editura All Beck, București, 2003.
6. Gherțoiu, D. Mihai., *Noi forme de turism dezvoltate după 1990. Turismul de nișă din România*, Cluj-Napoca, 2014.
7. Moisă C., *Economia turismului*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.
8. Moisă Claudia Olimpia, *Producția și comercializarea serviciilor turistice*, Suport de curs (format electronic), Biblioteca Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2023
9. Moisă C., Todoran M., *Producția și comercializarea serviciilor turistice*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2012.
10. Moisă C., *Tehnica operațiunilor de turism*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016.
11. Moisă C., *Turismul de tineret – realități și perspective*, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015.
12. Nedelea Al. M., Moisă C.O. și alții, *Marketing în turism: teorie și practică*, Editura Economică, 2020
13. Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., *Elemente de marketing turistic*, Ed. Global Media Image, Deva, 2000.
14. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., *Economia turismului*, Ed.Expert, București, 2001.
15. Stăncioiu, A.F. (coord.), *Planificarea de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2005.
16. Stănciulescu G., *Economie și gestiune în turism*, Editura C.H.BECK, București, 2009
17. Stănciulescu, G., *Managementul operațiunilor de turism*, ediția a II-a, Ed. All Beck, București, 2003.
18. Stănciulescu, G., *Managementul agenției de turism*, ediția a II-a, Editura ASE, București, 2005
19. Țuclea C., Raicu R., “Management strategic în turism – servicii. Exerciții și studii de caz”, Ed. Uranus, București, 2007
20. Țuclea C., Radu E., Dragoș V., “Administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii”, Ed. ASE, București, 2006
21. *** Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi masteranzilor posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a putea elabora și comercializa produse și servicii turistice; o analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor impuse de specificul pieței turistice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	<i>Examen scris</i>	• 20%%
10.5 Seminar	<i>Evaluare pe parcurs:</i> - <i>elaborarea și susținerea proiectului (până la sfârșit de semestru)</i> - <i>implicarea în activitatea de seminarii</i>	<i>Verificare pe parcurs</i>	• 80% din care: - 40% - 40%
10.6 Standard minim de performanță:			
Demonstrarea competențelor în: - înțelegerea etapelor specifice elaborării și comercializării de produse turistice în funcție de specificitatea potențialului turistic și a publicului țintă căreia se adresează; - cunoașterea și aplicarea strategiilor de comercializare a produselor turistice;			

-identificarea specificului activității de turism intern și internațional la nivel de destinație turistică
Să aibă portofoliul complet compus din proiect și aplicații practice.
Îndeplinirea standardului minim de performanță: obținerea notei minime 5.

Data completării
18.09.2023

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr Claudia Moisă

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. dr Claudia Moisă

Data avizării în departament
20.09.2023

Semnătura director de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia