

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2020-2021
Anul 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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Producția și comercializarea serviciilor turistice			2.2. Cod disciplină	AACTS 124
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 (DC – complementare, DF – fundamentale)	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	48	din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					48
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					37
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	127				
3.8 Total ore din planul de învățământ	48				
3.9 Total ore pe semestru	175				
3.10 Numărul de credite	7				

4. Preconții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare, ex: Tehnica operațiunilor de turism</i>
4.2. de competențe	<i>Competențele oferite de disciplinele enumerate mai sus, ex.: Tour-operatori, Agențiile de turism</i>

5. Conții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru susținerea cursului: slide-uri, materiale informative - pentru studenți: suport de curs în format electronic și editat, Seria Didactica, UAB, 2012
5.2. de desfășurarea a	- pentru susținerea seminarului: materiale informative, fișe de lucru.

seminarului/laboratorului	
---------------------------	--

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice în domeniile administrării afacerilor din turism, comerț, servicii;</p> <p>C2. Cunoașterea principalelor formelor de comunicare, atât în cadrul organizației, cât și în raporturile cu mediul înconjurător, cu grupurile de interese cu care organizația intră în contact;</p> <p>C3 Înțelegerea și stăpânirea politicilor specifice de marketing turistic în funcție de tipologia gamei de produse și a publicului țintă la care se adresează;</p> <p>C4. Familiarizarea masteranzilor cu gestionarea resurselor organizaționale, în concordanță cu cele mai noi concepte utilizate în domeniul managementului afacerilor;</p> <p>C5 Elaborarea strategiilor de dezvoltare generală a organizației (strategii de marketing, de promovare etc.);</p> <p>C6 Elaborarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților pe care le desfășoară în turism, comerț și servicii;</p> <p>C7 Cunoștințe de specialitate, abilități și deprinderi pentru adoptarea unor variate soluții în organizarea, gestionarea și finanțarea diferitelor activități;</p>
Competențe transversale	

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	<ul style="list-style-type: none"> - 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

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Capitolul 1. Serviciile turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
1.1. Turismul-activitate specifică de servicii	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
1.2. Caracteristicile serviciilor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
1.3 Tipologia serviciilor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
Capitolul 2. Tour-operatorul –producătorul pachetelor de servicii turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
2.1. Definiere conceptuală	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
2.2. Locul și rolul tour-operatorilor în industria turistică	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
2.3. Tipologia tour-operatorilor	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	

Capitolul 3. Agenția de turism-vânzătorul produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
3.1. Conceptul de agenție de turism și tipologia acestora	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
3.2. Structura tehnică a unei agenții de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
3.3 Personalul agenției de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
3.4. Documentația agenției de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
Capitolul 4. Produsele turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
4.1 Conceptul de produs turistic și conținutul acestuia	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
4.2 Caracteristicile și tipologia produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
4.3 Produse turistice de nișă	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
Capitolul 5. Conceperea și comercializarea produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
5.1 Etapele realizării programului turistic	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
5.2 Condiții de comercializare a produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
5.3 Modalități de promovare a produselor turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
5.4 Strategii de comercializare a produselor turistice elaborate de agențiile de turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
Cap.6 Produse turistice inovative	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
6.1 Turismul gastronomic	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
6.2 Turismul medical	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
6.3 Turismul de lux	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
6.4 Turismul în parcurile tematice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
6.5 Alte categorii de produse turistice inovative	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	
8.2 Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> Andrei, R., Copețchi, M., Dragnea, L., <i>Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism</i>, Ed. Irecson, București, 2006. Băltărețu A., Neacșu N., „<i>Economia Turismului. Studii de caz. Statistici. Legislație</i>” Editura Uranus, București, 2005. Buruiană G., „<i>Politici macroeconomice în turism</i>”, Editura Uranus, București, 2008 Cristureanu., C., <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Ed. Ch Beck, București, 2006. Draica, C., <i>Turismul internațional – practici de elaborare și distribuție a produsului turistic</i>, Editura All Beck, București, 2003. Gherțoiu, D. Mihai., <i>Noi forme de turism dezvoltate după 1990. Turismul de nișă din România</i>, Cluj-Napoca, 2014. Moisă C., <i>Economia turismului</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015. Moisă C., Todoran M., <i>Producția și comercializarea serviciilor turistice</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2012. Moisă C., <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016. Moisă C., <i>Turismul de tineret – realități și perspective</i>, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015. Nedelea Al. M., Moisă C.O. și alții, <i>Marketing în turism: teorie și practică</i>, Editura Economică, 2020 Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., <i>Elemente de marketing turistic</i>, Ed. Global Media Image, Deva, 2000. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., <i>Economia turismului</i>, Ed. Expert, București, 2001. Stăncioiu, A.F. (coord.), <i>Planificarea de marketing în turism</i>, Editura Economică, București, 2005. Stănciulescu G., <i>Economie și gestiune în turism</i>, Editura C.H.BECK, București, 2009 Stănciulescu, G., <i>Managementul operațiunilor de turism, ediția a II-a</i>, Ed. All Beck, București, 2003. Stănciulescu, G., <i>Managementul agenției de turism</i>, ediția a II-a, Editura ASE, București, 2005 Țuclea C., Raicu R., „<i>Management strategic în turism – servicii. Exerciții și studii de caz</i>”, Ed. Uranus, București, 2007 Țuclea C., Radu E., Dragoș V., „<i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii</i>”, Ed. ASE, București, 2006 *** Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/ 		
8.3 Seminar-laborator		
1. Seminar introductiv: elaborarea proiectului individual cu tema	<i>Expunere, discuții</i>	

<i>Elaborarea și comercializarea unui produs turistic cu temă în România</i>		
<i>2. Serviciile turistice de bază și suplimentare</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	
<i>3. Importanța intermediarilor în turism</i>	<i>Analiză, discuții</i>	
<i>4. Principalii tour-operatori din România și la nivel mondial</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	
<i>5. Mediul agențiilor de turism- riscuri și oportunități</i>	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	
<i>6. Licențierea și brevetarea în România</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	
<i>7. Analiza gamei de produse a unei agenții de turism</i>	<i>Studiu de caz</i>	
<i>8. Etapele de comercializare ale produselor turistice</i>	<i>Aplicații practice</i>	
<i>9. Promovarea produselor turistice</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	
<i>10. Strategii de comercializare a produselor turistice</i>	<i>Studii de caz, analiză, discuții</i>	
<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>	
<i>12. Susținerea proiectului</i>	<i>Analiză, discuții</i>	

8.4 Bibliografie

1. Andrei, R., Copețchi, M., Dragnea, L., Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism, Ed. Irecson, București, 2006.
2. Băltărețu A., Neacșu N., „Economia Turismului. Studii de caz. Statistici. Legislație” Editura Uranus, București, 2005.
3. Buruiiană 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 C., Todoran M., Producția și comercializarea serviciilor turistice, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2012.
9. Moisă C., Tehnica operațiunilor de turism, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016.
10. Moisă C., Turismul de tineret – realități și perspective, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015.
11. Nedelea Al. M., Moisă C.O. și alții, Marketing în turism: teorie și practică, Editura Economică, 2020
12. Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., Elemente de marketing turistic, Ed. Global Media Image, Deva, 2000.
13. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., Economia turismului, 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
20. *** Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – <http://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>	60%
10.5 Seminar	<i>Ex Verificare pe parcurs</i>	<i>Portofoliu de lucrări practice</i>	40%
10.6 Standard minim de performanță:			
Prezența minimă: 80%			
Modalitate de recuperare a absențelor: prezentarea unui proiect, conform unor cerințe enunțate			

Data completării

Semnătura titularului de curs
Conf.univ.dr. Moisă Claudia

Semnătura titularului de seminar
Conf.univ.dr. Moisă Claudia

Data avizării în departament

Semnătura director de departament
Lect.Univ.Dr. Maican Silvia