

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2016-2017

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	Moisă Claudia						
2.4. Titularul activității de seminar	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. Precondiții (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. Condiții (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,
--------------------------------	---

	Sedia Didactica, UAB, 2012
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- pentru susținerea seminarului: materiale informative, fișe de lucru.

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	<p>- 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.)</p> <p>- Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului turismului</p> <p>- Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</p>

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. Definiție 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-vanzătorul 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		
6.2 Turismul medical		
6.3 Turismul de lux		
6.4 Turismul în parcurile tematice		
6.5 Alte categorii de produse turistice inovative		
8.2 Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Andrei, R., Copețchi, M., Dragnea, L., <i>Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism</i>, Ed. Irecson, București, 2006. 2. Băltărețu A., Neacșu N., „<i>Economia Turismului. Studii de caz. Statistici. Legislație</i>” Editura Uranus, București, 2005. 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. Minciu, R., <i>Economia turismului</i>, ediția a III-a, Ed. Uranus, București, 2004 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. Neagu, V., <i>Servicii și turism</i>, Ed. Expert și Universitatea Româno-Americană, București, 2000. 12. Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., <i>Elemente de marketing turistic</i>, Ed. Global Media Image, Deva, 2000. 13. Postelnicu, G., <i>Turism internațional- realități și perspective</i>, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca, 1998. 14. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., <i>Economia turismului</i>, Ed. Expert, București, 2001. 15. Stăncioiu, A.F. (coord.), <i>Planificarea de marketing în turism</i>, Editura Economică, București, 2005. 16. Stănciulescu G., <i>Economie și gestiune în turism</i>, Editura C.H.BECK, București, 2009 17. Stănciulescu, G., <i>Managementul operațiunilor de turism, ediția a II-a</i>, Ed. All Beck, București, 2003. 18. Stănciulescu, G., Țigu, G., <i>Tehnica operațiunilor de turism- studii de caz, probleme și întrebări de examen</i>, Ed. All Beck, București, 1999. 19. Stănciulescu, G., <i>Managementul agenției de turism</i>, ediția a II-a, Editura ASE, București, 2005 20. Țuclea C., Raicu R., <i>“Management strategic în turism – servicii. Exerciții și studii de caz”</i>, Ed. Uranus, București, 2007 21. Țuclea C., Radu E., Dragoș V., <i>“Administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii”</i>, Ed. ASE, București, 2006 		

8.3 Seminar-laborator		
1. Serviciile turistice de bază și suplimentare	Expunere, analiză, discuții	
2. Principalii tour-operatori din România și la nivel mondial	Expunere, analiză, discuții	
3. Mediul agențiilor de turism- riscuri și oportunități	Expunere, analiză, discuții	
4. Restructurarea politicii de produs turistic în România (dezvoltarea unor forme de turism mai puțin practicate)	Expunere, analiză, discuții	
5. Etapele de comercializare ale produselor turistice	Expunere, analiză, discuții	
6. Promovarea produselor turistice	Expunere, analiză, discuții	
7. Strategii de comercializare a produselor turistice	Expunere, analiză, discuții	

8.4 Bibliografie

1. Andrei, R., Copetchi, 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. 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. Minciu, R., *Economia turismului*, ediția a III-a, Ed. Uranus, București, 2004.
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. Neagu, V., *Servicii și turism*, Ed. Expert și Universitatea Româno-Americană, București, 2000.
12. Patriche, D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., *Elemente de marketing turistic*, Ed. Global Media Image, Deva, 2000.
13. Postelnicu, G., *Turism internațional- realități și perspective*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca, 1998.
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., Țigu, G., *Tehnica operațiunilor de turism- studii de caz, probleme și întrebări de examen*, Ed. All Beck, București, 1999.
19. Stănciulescu, G., *Managementul agenției de turism*, ediția a II-a, Editura ASE, București, 2005
20. Țuclea C., Raicu R., *“Management strategic în turism – servicii. Exerciții și studii de caz”*, Ed. Uranus, București, 2007

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
27.02.2017

Semnătura titularului de curs



Semnătura titularului de seminar



Data avizării în departament

01.03.2017

Semnătura director de departament

Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela