

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Economie
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea și dezvoltarea afacerilor în turism

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE COMUNICARE ÎN TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Ob.

### 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					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					15
Examinări					3
Alte activități					15
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>					<b>133</b>
<b>3.8 Total ore pe semestru</b>					<b>175</b>
<b>3.9 Numărul de credite</b>					<b>7</b>

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții se vor prezenta la prelegeri, laboratoare cu telefoanele mobile închise.</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs și laborator.</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termenul predării lucrării de laborator este stabilit de titular de comun acord cu studenții. Nu se acceptă cererile de amânare decât pe motive obiectiv întemeiate.</li> <li>• Pentru predarea cu întârziere a eseurilor sau a lucrărilor de laborator, acestea vor fi depunctate cu 0.5 pct./zi de întârziere.</li> </ul>



## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea practicilor și conceptelor fundamentale specifice tehnicilor de comunicare în turism;</li> <li>• Utilizarea adecvată a terminologiei discutate;</li> <li>• Înțelegerea ideilor și argumentelor fundamentale ale conținutului de curs și seminar;</li> <li>• Capacitatea de analiză și identificare a ideilor principale și a structurii argumentative din tehnicile de comunicare în turism analizate la seminarii;</li> <li>• Abilități de identificare a contraargumentelor față de materialele studiate;</li> <li>• Deprinderi de utilizare corectă a surselor bibliografice și a documentației despre activitatea de comunicare în turism</li> <li>• Abilități de redactare a unui material de comunicare în turism cu temă dată</li> <li>• Alegerea metodelor optime de expunere și critică a conținutului comunicării de turism</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocuparea pentru perfecționarea profesională prin formarea unei reflexivități teoretice</li> <li>• Implicarea în activități științifice, cum ar fi elaborarea unor studii și eseuri</li> <li>• Participarea la proiecte cu caracter practic, compatibile cu cerințele integrării în piața muncii</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea și înțelegerea textelor fundamentale și a conceptelor specifice</li> <li>• Utilizarea și analiza unor texte</li> <li>• Antrenarea abilităților de documentare și sinteză.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea detaliată a principalelor teorii, concepte, tehnici și instrumente de comunicare în turistic</li> <li>• Însușirea corectă a problematicii tratate la laborator;</li> <li>• Capacitatea de a utiliza și analiza corect documentele discutate la laboratoare</li> <li>• Capacitatea de a propune argumente în contextul teoriilor studiate</li> <li>• Obținerea punctajului maxim la activitatea de laborator și la colocviul final</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Obs.
Introducere. Considerații generale despre turism. Istoric și tipologie	Prelegere, Prezentare orală+multimedia (prezentare PowerPoint)	
Rolul relațiilor publice în turism: obiect, specific, scop, instrumente		
Organizarea activității de turism. Agenția de turism și tour-operatorii		
Resursele turistice și piața turistică. Conținut, servicii. Pachetul turistic		
Elaborarea strategică a pachetului turistic		
Comunicarea strategică în turism. Marketing, publicitate, PR. Suporturi de comunicare		
Publicul tehnicilor de comunicare în turism: Investitorii		
Publicul tehnicilor de comunicare în turism: Turiștii		
Publicul tehnicilor de comunicare în turism: Comunitatea locală de la destinațiile turistice		
Publicul tehnicilor de comunicare în turism: Autoritățile locale de la destinațiile turistice		
Analiză de caz. Tehnici de comunicare asupra unei destinații turistice		
<b>Bibliografie</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Birkenbihl D. – <i>Manipularea prin scris</i>, Editura Antet, București, 2005;</li> <li>2. Butunoiu G. – <i>Tehnici de vânzare</i>, Editura All, București, 1998;</li> <li>3. Carden A. R. <i>Travel and tourism practitioners put public relations in the driver's seat</i>, Public Relations Tactics. New York: Apr 2003. Vol. 10, Iss. 4;</li> <li>4. Cândea R. – <i>Comunicarea managerială</i>, Editura Expert, București, 1996;</li> <li>5. Deuschl D. - <i>Travel and Tourism Public Relation. An introductory Guide for Hospitality Managers</i>. Elsevier, 2006;</li> </ol>		



6. Dinu M. – *Comunicarea*, Editura Științifică, București, 1997;
7. Dolnicar S. - *Beyond Commonsense Segmentation: A Systematics of Segmentation Approaches in Tourism*, în: *Journal of Travel Research*, vol. 42, 2004, 244-250;
8. Nistor C. - *Comunicare și negociere în afaceri*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006;
9. Popescu D. - *Conducerea afacerilor*, lito Editura ASE, București, 1992;
10. Popescu D. - *Reguli de aur în managementul afacerilor*, Revista “Lumea afacerilor”, București, 1992;
11. Prutianu Ș. – *Comunicarea și negocierii în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2003;
12. Schutz L. - *Turismul: rolul strategic al relațiilor publice*, în: *Markmedia.ro*. Revistă de marketing și comunicare în afaceri (URL=[http://www.markmedia.ro/article\\_show.php?g\\_id=583](http://www.markmedia.ro/article_show.php?g_id=583));
13. Sweeney K. - *Public Relations Tactics*. New York: Apr 2003. Vol. 10, Iss. ;
14. Tearfund - *Tourism. Putting Ethics into practice. A report on the Responsible Bussiness Practice of 65 UK-based tour operators*, 2001;
15. Theobald W. F. (ed.) - *Global Tourism*, Third edition, Elsevier Inc., 2005;
16. *Tourism recreation research and education centre, Tourism planning toolkit for local government*, New Zealand, 2004

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Obs.
Instrumente de comunicare în turism	Analiză și dezbateri studiu de caz	
Audiența (publicul) activității de comunicare în turism		
Publicul intern al activității de comunicare în România		
Tehnici de comunicare hoteliere		
Tehnici de comunicare pentru restaurante		
Tehnici de comunicare pentru transport		
Tehnici de comunicare pentru destinații		

#### **Bibliografie**

1. Birkenbihl D. – *Manipularea prin scris*, Editura Antet, București, 2005;
2. Butunoiu G. – *Tehnici de vânzare*, Editura All, București, 1998;
3. Carden A. R. *Travel and tourism practitioners put public relations in the driver's seat*, *Public Relations Tactics*. New York: Apr 2003. Vol. 10, Iss. 4;
4. Căndea R. – *Comunicarea managerială*, Editura Expert, București, 1996;
5. Deuschl D. - *Travel and Tourism Public Relation. An introductory Guide for Hospitality Managers*. Elsevier, 2006;
6. Dinu M. – *Comunicarea*, Editura Științifică, București, 1997;
7. Dolnicar S. - *Beyond Commonsense Segmentation: A Systematics of Segmentation Approaches in Tourism*, în: *Journal of Travel Research*, vol. 42, 2004, 244-250;
8. Nistor C. - *Comunicare și negociere în afaceri*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006;
9. Popescu D. - *Conducerea afacerilor*, lito Editura ASE, București, 1992;
10. Popescu D. - *Reguli de aur în managementul afacerilor*, Revista “Lumea afacerilor”, București, 1992;
11. Prutianu Ș. – *Comunicarea și negocierii în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2003;
12. Schutz L. - *Turismul: rolul strategic al relațiilor publice*, în: *Markmedia.ro*. Revistă de marketing și comunicare în afaceri (URL=[http://www.markmedia.ro/article\\_show.php?g\\_id=583](http://www.markmedia.ro/article_show.php?g_id=583));
13. Sweeney K. - *Public Relations Tactics*. New York: Apr 2003. Vol. 10, Iss. ;
14. Tearfund - *Tourism. Putting Ethics into practice. A report on the Responsible Bussiness Practice of 65 UK-based tour operators*, 2001;
15. Theobald W. F. (ed.) - *Global Tourism*, Third edition, Elsevier Inc., 2005;
16. *Tourism recreation research and education centre, Tourism planning toolkit for local government*, New Zealand, 2004

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

- Capacitatea de a înțelege rolul jucat în industria turismului de către agențiile de turism;
- Cunoașterea modului de organizare și de funcționare al unei agenții de turism, a particularităților și activităților specifice acestui domeniu;
- Cunoașterea metodelor practice aplicate în activitățile specifice agenției de turism.



## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice comunicării în turism Cunoașterea și înțelegerea conținutului tehnicilor de comunicare în turism.	Examen scris, accesul la examen fiind condiționat de prezentarea la ultimul seminar a portofoliului de lucrări. Pentru a lua în considerare punctajul obținut pe portofoliul de lucrări, studentul trebuie să obțină cel puțin jumătate din punctajul anunțat la proba scrisă.	70%
10.5 Seminar/laborator	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și laborator Înțelegerea și capacitatea de a explica corect conținutul, tipologia și caracteristicile structurilor și proprietăților turistice	Activități gen: referate, proiecte, studii de caz. Prezentarea unui portofoliu de lucrări elaborate pe parcursul semestrului este o cerință de acces la examinarea finală.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea noțiunilor de bază și a elementelor fundamentale privind conținutul și tipologia, caracteristicile agențiilor de turism, a funcțiilor tour-operatorilor, precum și a operațiunilor din cadrul agenției de turism.</li> </ul>			

GALATIENSIS

