

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți
Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra de științe economice

CURRICULUM UNIVERSITAR
la unitatea de curs

„TUOPERATING”

Ciclul I, studii superioare de licență
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 81 Servicii publice
Codul și denumirea specialității: 812.1 Turism
Forma de învățământ: cu frecvență

Autor:

drd., asist. univ. Veronica GARBUZ

Garbuz
(semnătura)

BĂLȚI, 2017

Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice

Procesul-verbal nr. 4 din 15.11.2016

Șeful Catedrei de științe economice _____ conf. univ., dr. Carolina TCACI

Discutat și aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale

Mediului, procesul-verbal nr. 9 din 15.02.2017

Decanul Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului

Ciobanu conf. univ., dr. Ina CIOBANU



Informații de identificare a cursului

Facultatea: Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra: Științe Economice
Domeniul general de studiu: 81 Servicii publice
Domeniul de formare profesională la ciclul I: 812. Turism
Denumirea specialității: 812.1 „Turism”

Tabelul 1

Administrarea unității de curs

Denumirea specialității	Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor				Forma de evaluare	Limba de predare
				Curs	Sem.	Laborator	Act. individ.		
812.1 Turism	S.05.O.039	3	90	30	15	-	45	Examen scris	română

Statutul: disciplină obligatorie

Informații referitoare la cadrul didactic

Titularul cursului – Veronica Garbuz, drd., magistru în economie și management, asistent universitar, a absolvit Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specialitatea „Management”.
E-mail: garbuz_veronica@yahoo.com

Orele de consultații: vineri, 13.10 – 14.40

Integrarea cursului în programul de studiu: Activitatea turistică la nivel național și internațional a fost marcată de efectul unor fenomene economice cum ar fi: globalizarea, tendințe de mobilitate continuă, explorarea destinațiilor noi. În prezent, una dintre preocupările cu importanță deosebită asupra transformărilor produse în domeniul turistic este și consolidarea efortului fiecărei țări de presta servicii turistice de calitate prin intermediul agențiilor turoperatoare și agențiilor de turism. Cursul „Turoperating” se axează pe necesitatea studierii metodelor și tehnicilor de gestiune eficientă a agențiilor turoperatoare. Studiarea acestui curs se bazează pe cunoștințele acumulate de la disciplinele din domeniul turismului.

Scopul cursului „Turoperating” constă în asimilarea de către studenți a celor mai importante și mai actuale noțiuni în domeniul activității turoperatorilor pe piața turistică națională și internațională.

Competențe prealabile:

- cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul turoperating-ului;
- înțelegerea rolului și importanței activității turoperatorilor pe piața turistică;
- cunoașterea noțiunilor fundamentale din domeniul turismului;

Competențe dezvoltate în cadrul cursului:

- de a utiliza adecvat concepte, teorii, metode și instrumente specifice turoperating-ului;
- de aplicare a prevederilor legislative în domeniul activității turistice;
- de dezvoltare a abilităților de analiză și interpretare a evoluției serviciilor turistice din perspectiva agenției de turism și a clientului;
- de fundamentare și implementare a deciziilor manageriale în cadrul agențiilor de turism.

Finalitățile cursului:

- să înțeleagă particularitățile turoperating-ului;
- să opereze cu strategiile de vânzare a călătoriilor;
- să cunoască cerințele impuse prin reglementări naționale și europene, precum și a modului de implementare a acestora în sfera turoperatorilor.

Tabelul 2

Conținuturi

Tematica	Ore			
	Curs	Seminar	Laborator	Activitatea independentă
1	2	3	4	5
Tema 1. Activitatea turoperatorilor				
1.1. Definirea turoperatorilor				
1.2. Diferențe dintre turooperatori și agenții de turism	4	2	-	8
1.3. Funcțiile turoperatorilor				
1.4. Riscurile turoperatorilor				
1.5. Determinanții călătoriilor				
Tema 2. Strategii pentru vanzarea călătoriilor				
2.1. Strategia de specializare	2	-	-	4
2.2. Strategia generalistă				
Tema 3. Firme turoperatoare în turismul mondial				
3.1. Turooperatori din Marea Britanie				
3.2. Turooperatori din Franța				
3.3. Turooperatori din țările nordice	2	-	-	4
3.4. Turooperatori din Japonia				
3.5. Turooperatori din Cehia				
Tema 4. Modele de organizare a firmelor turoperatoare				
4.1. Modelul anglo-saxon: Touristik Union International				
4.2. Divizia tour-operatorilor din Europa Centrală	2	-	-	4
4.3. Divizia tour-operatorilor din Europa de Vest				
4.4. Modelul latin: Nouvelles Frontières				
Tema 5. Cercetarea de marketing în turoperating				
5.1. Identificarea necesităților, priorităților, tendințelor și cererii pe piața turistică națională și internațională	2	2	-	4
5.2. Metode și instrumente ale marketingului turistic				
5.3. Funcțiile marketingului turistic				
Tema 6. Organizarea activității turoperatorilor				
6.1. Activitățile agenției turoperatoare				
6.2. Structura agenției turoperatoare	2	2	-	4
6.3. Documentele agenției turoperatoare				
6.4. Personalul agenției turoperatoare				
Tema 7. Caracteristicile de bază și structura produsului turistic				
7.1. Definirea produsului turistic				
7.2. Caracteristicile de bază ale produsului turistic				
7.3. Structura produsului turistic	2	2	-	4
7.4. Ciclul de viață al produsului turistic				
7.5. Legislația în domeniul proiectării turelor turistice				
7.6. Diferențe privind turele turistice				
Tema 8. Pachetul turistic				
8.1. Definirea pachetului turistic				
8.2. Condițiile necesare	2	2	-	4
8.3. Componentele pachetelor turistice				
8.4. Tipuri de pachete turistice				
Tema 9. Planificarea turistică				
9.1. Etapele planificării pachetului turistic				
9.2. Principiile selectării locațiilor turistice	2	-	-	4
9.3. Procesul decizional cu privire la locația turistică, durata turei				
Tema 10. Contracte între turooperatori și prestatorii de servicii				
10.1. Categoriile de prestatori din turism	2	-	-	4

10.2. Contractul între hotelier și agenție				
10.3. Contractul de hotelărie				
10.4. Contractul de reprezentare				
10.5. Contractul cu transportul aerian				
Tema 11. Prețul pachetelor turistice				
11.1. Particularitățile prețului pachetelor turistice	2	2	-	4
11.2. Metode de calculare a costului produselor turistice				
11.3. Diferențierea prețurilor în funcție de consumul sezonier				
Tema 12. Calitatea serviciilor turistice				
12.1. Caracteristici cantitative și calitative ale serviciilor turistice				
12.2. Dimensiunea consumatoare a serviciilor turistice	2	1	-	4
12.3. Modalități de evaluare a calității serviciilor				
12.4. Surse de informare privind calitatea serviciilor turistice				
Tema 13. Modalități de distribuție a produsului turistic				
13.1. Crearea rețelei de distribuție a produsului turistic				
13.2. Modalități de promovare și comercializare a produsului turistic				
13.3. Sistemul de rezervare a locurilor de cazare și transport (turismatica)	4	2	-	8
13.4. Rolul agențiilor de turism în afacerile turistice				
13.5. Sistemul de comisioane dintre turoperatori și agenții de turism				
13.6. Relații contractuale între turoperatori și agenții de turism				
13.7. Vizită de studiu la o agenție de turism				
Total	30	15	-	45

Activități de lucru individual:

- studierea literaturii suplimentare la curs;
- pregătirea unui proiect de cercetare;
- rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup cât și individual.

Activitatea individuală este o componentă obligatorie în cadrul procesului de instruire. În cadrul acestei unități de curs, studenților li se va propune o temă la alegere de cercetare și un set de probleme și documente ce urmează a fi rezolvate și îndeplinite independent.

Notă

1. Proiectele de cercetare nu se predau prin e-mail decât la solicitarea cadrului didactic titular de seminar;
2. În cazul în care, din motive bine întemeiate, proiectul nu poate fi predat la data stabilită, studentul va trebui să anunțe, în prealabil, cadrul didactic titular de seminar asupra acestei situații, fapt care nu va atrage reducerea notei acordate.

Evaluare

Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și demonstrării abilităților practice în domeniul studiat – la orele de laborator. Totodată, studenții, obligatoriu, vor fi supuși la o probă de evaluare curentă și la executarea însărcinărilor individuale. Însărcinările individuale se pregătesc de către toți studenții pentru lecțiile care corespund tematicii respectivelor însărcinări. Aprecierea însărcinărilor individuale se efectuează prin verificarea sintezelor materialului studiat individual, inițierea discuțiilor de grup cu studenții pe tematica studiului individual, interogarea studenților, simularea unor situații practice, soluționarea cărora necesită aplicarea legislației în domeniul achizițiilor publice, verificarea studiilor de caz individuale ale studenților, etc. Notele obținute pentru probele de evaluare

curentă și pentru activitatea individuală au statut de note ordinare. Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la disciplina respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen oral. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4,$$

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Subiectele pentru evaluarea finală

1. Definirea turoperatorilor
2. Diferențe dintre turooperatori și agenții de turism
3. Funcțiile turoperatorilor
4. Riscurile turoperatorilor
5. Determinanții călătoriilor
6. Strategia de specializare pentru vânzarea călătoriilor
7. Strategia generalistă pentru vânzarea călătoriilor
8. Turooperatori din Marea Britanie
9. Turooperatori din Franța
10. Turooperatori din țările nordice
11. Turooperatori din Japonia
12. Turooperatori din Cehia
13. Modelul anglo-saxon de organizare a firmelor turoperatoare: Touristik Union International
14. Divizia tour-operatorilor din Europa Centrală
15. Divizia tour-operatorilor din Europa de Vest
16. Modelul latin de organizare a firmelor turoperatoare: Nouvelles Frontières
17. Identificarea necesităților, priorităților, tendințelor și cererii pe piața turistică națională și internațională
18. Metode și instrumente ale marketingului turistic
19. Funcțiile marketingului turistic
20. Activitățile agenției turoperatoare
21. Structura agenției turoperatoare
22. Documentele agenției turoperatoare
23. Personalul agenției turoperatoare
24. Definirea produsului turistic
25. Caracteristicile de bază ale produsului turistic
26. Structura produsului turistic
27. Ciclul de viață al produsului turistic
28. Legislația în domeniul proiectării turelor turistice
29. Diferențe privind turele turistice
30. Definirea pachetului turistic
31. Condițiile necesare pentru crearea pachetelor turistice
32. Componentele pachetelor turistice
33. Tipuri de pachete turistice
34. Etapele planificării pachetului turistic
35. Principiile selectării locațiilor turistice

36. Procesul decizional cu privire la locația turistică, durata turei
37. Categoriile de prestatori de servicii din domeniul turismului
38. Contractul între hotelier și agenție
39. Contractul de hotelărie
40. Contractul de reprezentare
41. Contractul cu transportul aerian
42. Particularitățile prețului pachetelor turistice
43. Metode de calculare a costului produselor turistice
44. Diferențierea prețurilor în funcție de consumul sezonier
45. Caracteristici cantitative și calitative ale serviciilor turistice
46. Dimensiunea consumatoare a serviciilor turistice
47. Modalități de evaluare a calității serviciilor
48. Surse de informare privind calitatea serviciilor turistice
49. Crearea rețelei de distribuție a produsului turistic
50. Modalități de promovare și comercializare a produsului turistic
51. Sistemul de rezervare a locurilor de cazare și transport (turismatica)
52. Rolul agențiilor de turism în afacerile turistice
53. Sistemul de comisioane dintre turoperatori și agenții de turism
54. Relații contractuale între turoperatori și agenții de turism

Resurse informaționale ale cursului

Resurse informaționale de bază:

1. Legea cu privire la desfășurarea activității turistice în Republica Moldova. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2007, nr. 14-17 din 02.02.2007.
2. Legea turismului. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2000, nr. 54-56 din 12.05.2000.
3. LUCA, C., CHIRIAC, Al., *Manualul ghidului de turism*, București: Ed. Gemma Print, 2002.
4. STĂNCIULESCU, G., *Tehnica operațiunilor de turism*, București: Editura ALL, 1998.
5. STĂNCIULESCU, G., *Managementul agenției de turism*, București: Ed. ASE, 2001.
6. USCATU, T., ISTRATE, I., *Vacanțe și călătorii*, Ed. Doris, București, 1997

Resurse informaționale suplimentare:

1. Lege privind regimul străinilor în Republica Moldova. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2010, nr. 179-181/610 din 24.09.2010.
2. Hotărârea cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a turismului „Turism 2020” și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia în anii 2014 – 2016. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2014, 127-133, art Nr : 370 din 23.05.2014.
3. DRAICA, C., *Ghid practic de turism internațional și intern*, București: Ed. All Beck, 1999.
4. FLOREA, C., *Ghidul chelnerului*, București: Ed. RAI, 1998.
5. LICKORICH, L., JENJINS, C., *An introduction to tourism*, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997.
6. LUPU, N., *Hotelul, Economie și management*, București: Ed. All, 2000.
7. MIHAIL, A., ACATRINEI, M., *Tehnologie hotelieră - housekeeping*, București: Ed. Gemma Print, 2002.
8. NICOLESCU, R., *Tehnologia restaurantelor*, București: Ed. Oscar Print, 1998.
9. POSTELNICU, Gh., *Turism internațional. Realități și perspective*, Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință, 1998.
10. STAVROSITU, S., *Practica serviciilor în restaurante și baruri*, București: Ed. Tehnică, 1994.