



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	De Litere
1.3 Departamentul	Filologie și Studii Culturale
1.4 Domeniul de studii	STUDII CULTURALE
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii / Calificarea	ETNOTURISM/ETNOLOGIA ȘI TURISMUL CULTURAL
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	8.00

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici și tactici de comunicare și negociere în turism				
2.2 Titularul de curs	Conf. Univ. Dr. Zima Liliana Adela- lili_zima@yahoo.com				
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect	Conf. Univ. Dr. Zima Liliana Adela- lili_zima@yahoo.com				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E
2.7 Regimul disciplinei	Categoriza formativă				DA/DI
	Opționalitate				

3. Timpul total estimate

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	3.2 Curs	3	3.3 Seminar	1	3.3 Laborator		3.3 Proiect	
3.4 Număr de ore pe semestru	56	din care:	3.5 Curs	42	3.6 Seminar	14	3.6 Laborator		3.6 Proiect	
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru:										
(a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										48
(b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren										44
(c) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										38
(d) Tutoriat										
(e) Examinări										4
(f) Alte activități:										10
3.8 Total ore studiu individual (suma (3.7(a))...3.7(f))						144				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)						200				
3.10 Numărul de credite						8				

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	Sală dotată cu echipament video
--------------------------------	---------------------------------



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIJA MARE

5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	Pregătirea temelor, prezență la aplicații și susținerea referatelor
---	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoașterea practicilor și conceptelor fundamentale specifice tehnicilor de comunicare și negociere în turism</p> <p>Utilizarea adecvată a terminologiei discutate</p> <p>Înțelegerea ideilor și argumentelor fundamentale ale conținutului de curs și seminar</p> <p>Capacitatea de analiză și identificare a ideilor principale și a structurii argumentative din tehnicile de comunicare și negociere în turism analizate la seminarii</p> <p>Deprinderi de utilizare corectă a surselor bibliografice și de informare privind activitatea de comunicare și negociere în turism</p> <p>Abilități de redactare a materialelor de comunicare și negociere în turism cu temă dată</p> <p>Alegerea metodelor optime de expunere și critică a conținutului comunicării în turism</p>
Competențe transversale	<p>Dezvoltarea gândirii de tip trans- și interdisciplinar</p> <p>Abilități de valorificare a oportunităților</p> <p>Stimularea interesului pentru noutate</p> <p>Preocuparea pentru perfecționarea profesională prin formarea unei reflexivități teoretice</p> <p>Implicarea în activități științifice, cum ar fi elaborarea de studii de cercetare,</p> <p>Participarea la proiecte cu caracter practic, compatibile cu cerințele integrării pe piața muncii</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p>Cunoașterea și înțelegerea textelor fundamentale și a conceptelor specifice</p> <p>Antrenarea abilităților de documentare și sinteză</p> <p>Ameliorarea și antrenamentul abilităților și competențelor de socializare, comunicare, relaționare și negociere în afaceri</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea detaliată a principalelor teorii, concepte, tehnici și instrumente de comunicare și negociere în turism</p> <p>Însușirea corectă a problematicii tratate la seminar</p> <p>Capacitatea de a propune argumente în contextul teoriilor studiate</p> <p>Utilizarea combinată a surselor de informare publică tradiționale și a resurselor media oferite de noile tehnologii</p> <p>Ameliorarea abilităților de relaționare durabilă în afaceri și în viața personală</p> <p>Obținerea punctajului maxim la activitatea de seminar și la colocviul final</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Marketingul turismului componentă a marketingului serviciilor. Introducere. Considerații generale despre turism. Istoric și tipologie	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIJA MARE

2. Politica de produs în turism . Resursele turistice și piața turistică. Conținut, servicii. Elaborarea strategică a pachetului turistic	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
3. Politica de preț în turism	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
4. Politica de distribuție în turism . Organizarea activității în turism . Agenția de turism și tour-operatorii	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
5. Comunicarea și procesul comunicării . Conținut și structură. Funcții și efecte ale comunicării. Comunicarea ca proces de influențare socială.	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
6. Politica de comunicare strategică în turism. Marketing, publicitate, PR. Suporturi de comunicare	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
7. Elemente specifice ale comunicării în economia informațională și deontologia comunicării în turism	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
8. Tactici de comunicare eficientă în turism: Publicul tehnicilor de comunicare în turism : Comunitatea și autoritățile locale de la destinațiile turistice , Investitorii, Turisții	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
9. Comunicarea și negocierea în turism . Prevenirea, reducerea și rezolvarea conflictelor.	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
10. Negocierea – etapă principală a negocierii comerciale .Administrarea procesului de negociere	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE

			(prezentare PowerPoint) On line
11. Strategii, tehnici, tactici și stiluri de negociere constructivă . Pragmatica negocierilor în turism	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
12. Tehnici de desfășurarea a unei discuții în afaceri , de formulare a întrebărilor	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
13. Caracteristici orientative, strategice și tactice ale tehnicilor de comunicare și negociere funcție de țară	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line
14. Analiză de caz. Tehnici de comunicare și negociere asupra unor destinații turistice	3	Prelegere	Prezentare orală + multimedia (prezentare PowerPoint) On line

Bibliografie

1. Băbuț R., Băcilă M.F., Drule , A.M., Moiescu., O.I. Bazele Marketingului Ed. Risoprint Cluj Napoca 2014
2. Botezat, Elena, Comunicare și negociere în afaceri, Ed. Universității din Oradea, Oradea, 2010
3. Călea, Sorin., Luțaș, Mihaela., Economie Europeană, ED. Imprimeria Ardealul, Vluc-Naspoca, 2005,
4. Curry, Jeffrey, Edmund, Negocieri internaționale în afaceri, Ed. Teora, 2000,
5. Cuilenburg, Van., J.J., Scholten, Știința comunicării, Ed. Humatitas, București, 1998,
6. De Maingueneau, Dominique, Analiza textelor de comunicare, Ed. Institutul European, Iași, 2007,
7. Danciu, Lucian., Rotariu, Ilie., Muntean, Mădălina., Comunicare și relații publice în afaceri, Ed. Universității Lucian Blaga, din Sibiu, 2010,
8. Doncea, Vasile., Comunicarea verbală și non- verbală, note de curs, UBB Cluj Napoca, 2003,
9. Ferrell, O.C., Hartline, M., Marketing Strategy, 5th edition, South- Western Cengage Learning, 2011
10. Graur, Evelina, Tehnici de comunicare, Ed. Mediamira, Cluj- Napoca, 2001.
11. Gherasim, Toader., Gherasim, Daniel, Marketing turistic, Ed. Economică, București, 2000,
12. Kotler, Philip., Managementul marketingului, a V-a ediție Ed. Teora, București, 2008,
13. Maxim O. –, Marketing- baze teoretice și practice-ed a 2-a ,Editura UAV, Arad, 2011.
14. Mitran Paula Cornelia, Marketing, Ed. Fundației România de Măine, București, 2012
15. Morariu, Daniela., Managementul afacerilor. Tehnici de negociere, timișoara, 2004
16. Nedelea, Al., Politici de marketing în turism, Ed. Economică, Bucureștu, 2003,
17. Popescu, Manoela., Comunicare și negociere în afaceri, Ed. proUniversitaria, 2007,
18. Popescu, Delia, Mioara., Comunicare și negociere în afaceri, Ed. Bibliotheca, 2010



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE

19. Prutianu, Ștefan., *Tratat de comunicare și negociere în afaceri*, Ed. Teora, București, 2000,

8.2 Seminar / laborator / proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Instrumente de comunicare în turism	2	Analiză și dezbateri studiu de caz	
2. Comunicarea- proces de influențare socială. Audiența(publicul) activității de comunicare în turism	2	Analiză și dezbateri studiu de caz.	
3. Comunicarea de masă. Canale/mijloace de comunicare și coduri. Publicul intern al activității de comunicare în România.	2	Analiză și dezbateri studiu de caz.	
4. Tehnici de comunicare și negociere hoteliere și pentru destinații	2	Analiză și dezbateri studiu de caz.	
5. Tehnici de comunicare și negociere pentru restaurante și transport	2	Analiză și dezbateri studiu de caz	
6. Tehnici de comunicare și argumentare. Negocierea. Interfețe și zone specifice.	2	Analiză și dezbateri studiu de caz	
7. Negocieri simulate. Antrenament abilități de comunicare și relaționare	2	Analiză și dezbateri studiu de caz	

Bibliografie

1. Călea, Sorin., Luțaș, Mihaela., *Economie Europeană*, Ed. Imprimeria Ardealul, Vluc-Naspoca, 2005,
2. Curry, Jeffrey, Edmund, *Negocieri internaționale în afaceri*, Ed. Teora, 2000,
3. Cuilenburg, Van.,J.J., Scholten, *Știința comunicării*, Ed. Humatitas, București, 1998,
4. De Maingueneau, Dominique, *Analiza textelor de comunicare*, Ed. Institutul European, Iași, 2007,
5. Danciu, Lucian., Rotariu, Ilie., Muntean, Mădălina., *Comunicare și relații publice în afaceri*, Ed. Universității Lucian Blaga, din Sibiu, 2010,
6. Doncea, Vasile., *Comunicarea verbală și non-verbală*, note de curs, UBB Cluj Napoca, 2003,
7. Graur, Evelina, *Tehnici de comunicare*, Ed. Mediamira, Cluj- Napoca, 2001.
8. Gherasim, Toader., Gherasim, Daniel, *Marketing turistic*, Ed. Economică, București, 2000,
9. Mălăescu, simona., *Cultură și civilizație . Turism cultural. Caiet de lucrări practice*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2011,
10. Mitran Paula Cornelia, *Marketing*, Ed. Fundației România de Mâine, București, 2012
11. Morariu, Daniela., *Managementul afacerilor. Tehnici de negociere*, timișoara, 2004
12. Neacșu, Nicolae, *Turismul și dezvoltarea durabilă*, ed. Expert, București, 2005.
13. Patriche, Dumitru, *Elemente de Marketing turistic*, Ed. Global Media Image, Deva, 2000
14. Popescu, Manoela., *Comunicare și negociere în afaceri*, Ed. proUniversitaria, 2007,
15. Popescu, Delia, Mioara., *Comunicare și negociere în afaceri*, Ed. Bibliotheca, 2010
16. Prutianu, Ștefan., *Tratat de comunicare și negociere în afaceri*, Ed. Teora, București, 2000,

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



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAI A MARE

Capacitatea de a înțelege rolul jucat în industria turismului de către agențiile de turism;
Cunoașterea modului de organizare și funcționare al unei agenții de turism, a particularităților și activităților specifice acestui sector;
Coroborarea cursului cu aspecte privind modele și mijloace de comunicare media și PR semnalate în presa scrisă locală/ națională, în presa vorbită/ internet, grile de programe tv
Conținutul disciplinei este analizat permanent în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri pentru a beneficia de un feed-back cât mai favorabil.

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 și negocierii în turism	Test scris, accesul la examen fiind condiționat de prezentarea la ultimul seminar a portofoliului de lucrări	40%
10.5 Seminar/Laborator /Proiect	Însușirea , înțelegerea și capacitatea de a explica corect conținutul tehnicilor de comunicare și negociere în turism	Prezentarea unui portofoliu de lucrări elaborate pe parcursul semestrului	60%
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării: 3.07.2023 zz.ll.aaaa	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
	Curs	Conf univ dr Zima Liliana Adela	
	Aplicații	Conf univ dr Zima Liliana Adela	



CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE

Data avizării în Consiliul Departamentului de Filologie și
Studii Culturale

_____23.09.2022_____

Director Departamentului de Filologie
și Studii Culturale
Lect.univ.dr.Anamaria Fălăuș

Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere

_____24.09.2022_____

Decan
Conf univ. Dr. Ioan Mircea Farcaș