



Discipline opționale
Anul universitar 2016-2017
Specializarea Management Hotelier – limba română
Anul II de studiu, nivel master
Învățământ cu frecvență și frecvență redusă

Semestrul I

Studentii vor alege 4 din cele 8 discipline prezentate

Nr. crt	Disciplina	Titular	credite	Forma de verificare	Ore curs	Ore seminar	Ore laborator
1.	Tehnici de negociere	Crina Petrescu	3	C	1	1	-
2.	Tehnici de vânzare în industria hotelieră	Claudiu Morgovan	3	C	1	1	-
3.	Turism urban	Valentin Toader	3	C	1	1	-
4.	Proceduri de asigurare a calității în industria hotelieră	Adina Negrușa	3	C	1	1	-
5.	Managementul aprovizionării	Ioan Pop	3	C	1	1	-
6.	Politici și strategii de promovare online	Mihaela Tutunea	3	C	1	1	-
7.	Dezvoltare durabilă în industria hotelieră	Crina Petrescu	3	C	1	1	-
8.	Comportament organizațional	Ioan Pop	3	C	1	1	-

TEHNICI DE NEGOCIERE

Ce urmărește cursul Tehnici de negociere:

Abilitățile de bun negociator ne sunt necesare în toate aspectele vieții noastre, dar mai ales în domeniul afacerilor. Cursul urmărește să le ofere studenților suportul teoretic necesar înțelegerii naturii și structurii negocierii și le îmbunătățească abilitățile practice de negociere, pentru a deveni negociatori mai buni în domeniul ospitalității și nu numai. Tacticile (tehnicile) de negociere vor fi prezentate amănunțit, astfel încât studenții să știe la ce folosește fiecare, cum se aplică și cum se pot apăra în fața ei.

La cursul Tehnici de negociere vom discuta și învăța despre:

- Formele de comunicare verbală și non-verbală, pentru că orice negociere este în primul rând o formă de comunicare,
- Metodele de management al conflictului, deoarece în orice negociere există interese opuse, conflictuale,
- Tipurile de negociatori și stilurile de negociere, pentru a ști cum să le abordăm pe fiecare,
- Dinamica negocierii: parcurgerea etapelor care o compun, crearea planului de negociere, analiza procesului de negociere ,
- Strategiile de negociere, care imprimă cadrul general de desfășurarea a negocierii, în funcție de raportul între importanța acordată obiectivelor proprii și cea a relației cu partenerul de negociere,
- Tacticile (tehnicile) de negociere, care formează arsenalul negociatorului și de buna folosire a cărora depinde succesul negocierii.

• Ce stil de negociere are partenerul meu și cum să îl abordez? • Cum să fac față unui negociator dificil? • Cum mă pregătesc pentru negociere, ce trebuie să fac sau să nu fac în timpul ei, ce urmează după semnarea acordului? • Cu ce mă ajută strategia win-win, dar cea win-lose? • Când funcționează tactica Frontul rusesc? • Cum mă apar în fața tacticii Mesagerul? ș.a.m.d. sunt câteva dintre întrebările la care veți afla răspunsul urmând cursul *Tehnici de negociere*.

Conf. dr. Dacinia Crina Petrescu

Proceduri de asigurare a calității în industria hotelieră

Cursul de Proceduri de asigurare a calitatii in industria hoteliera asigura familiarizarea cu tematica si instrumentele necesare in asigurarea calitatii la nivelul unitatilor hoteliere si de alimentatie. Parcurgerea cursului presupune atit clarificari ale termenilor folositi in managementul calitatii la nivelul unitatilor hoteliere, cit si identificarea cerintelor pentru implementarea de standarde si certificari specifice industriei, SERVQUAL, HACCP.

Parcurgerea acestei discipline conduce la atingerea următoarelor obiective:

1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor calitate, sistemul de management al calității, asigurarea calității, îmbunătățirea calității;
2. Operarea și interpretarea situațiilor și proceselor asociate sistemelor de asigurare a calității în turism, hotel si servicii de alimentatie;
3. Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză și îmbunătățire a calității specifice unitatilor hoteliere si de alimentatie;
4. Folosirea procedurilor de calitate în procesele si operatiile specifice serviciilor hoteliere si de alimentatie

Cursul este gândit ca unul interactiv; studenții pot să trimită comentariile cu privire la temele abordate și/ sau pot să completeze informațiile furnizate cu noi informații la care au acces.

Tematica porneste de la definirea conceptului de calitate in servicii, industrie hoteliera si de analiza a satisfactiei clientilor, SERVQUAL, si prezinta pe larg principalele proceduri si standarde de calitate in serviciile hoteliere si de alimentatie HACCP, modalitatea de implementare si proiectare a acestora. Asigurarea calitatii presupune in egala masura si promovarea unei culturi organizationale pro-calitate, iar in acest sens cursul face referire la metodele de asigurare a calitatii resurselor umane si promovarea spiritului de ospitalitate in rindul angajatilor.

Conferentiar dr. Adina Negrusa

Managementul Aprovizionării

Obiective:

Disciplina „Managementul aprovizionării” le furnizează studenților instrumentele necesare pentru studiul managementului aprovizionării și stocurilor în domeniul ospitalității. Se vizează analize și studii privind specificațiile de aprovizionare, determinarea cantităților și comenzilor optime, realizarea unor comparații formale și informale de prețuri, stabilirea procedurilor celor mai potrivite pentru recepția mărfurilor, managementul depozitării și probleme legate de expedierea produselor. În fiecare fază a ciclului de aprovizionare se va pune un accent special pe analiza costului la nivel de produs, yield management, formule de stabilire a prețurilor și pe ținerea evidențelor stocurilor.

Conținut (descriptori):

- Descrierea funcției de aprovizionare așa cum se aplică ea în industria ospitalității;
- Discutarea factorilor de piață care afectează costul și disponibilitatea produselor, inclusiv sezonabilitatea, cererea și oferta, costul canalelor de distribuție, precum și nivelurile de calitate;
- Descrierea mecanismelor de aprovizionare, inclusiv sursele de materiale, alimente și materii prime, procedurile formale și informale de negociere, comenzile și achizițiile online, precum și aspecte de etică;
- Explicarea metodelor de inspectare și de notare a alimentelor, respectiv diverse proceduri de asigurare a calității; yield management; realizarea de teste de calitate;
- Redactarea de specificații eficiente de aprovizionare; implementarea unor proceduri corespunzătoare pentru asigurarea conformității bunurilor cu specificațiile de aprovizionare, a prețurilor de aprovizionare cu cele stabilite și a cantităților achiziționate cu cele comandate;
- Explicarea principiilor managementului stocurilor, inclusiv rotația stocurilor, asigurarea condițiilor propice de depozitare și aspecte legate de eficientizarea expediției și livrării.

De ce **POLITICI ȘI STRATEGII DE PROMOVARE ONLINE ?**

pentru că:

- mediul de afaceri digital a adus cu sine atât provocări cât și instrumente specifice, foarte multe freeware și opensource, care permit omului de afaceri profesionist exploatarea avantajelor incontestabile oferite de Internet;
- cunoașterea aspectelor legate de comunicarea din mediul tradițional vs. cea din mediul digital, a politicilor și strategiilor de comunicare din mediul tradițional vs. cele utilizate în mediul digital, compararea instrumentelor de promovare utilizate în cele două medii de afaceri, realizarea și utilizarea instrumentelor specifice de promovare off și online, reprezintă portofoliul de cunoștințe necesare și de diferențiere pentru un profesionist din orice domeniu de activitate.

Obiectivele cursului

- dobândirea de cunoștințe comparative legate de comunicarea de marketing off și online;
- familiarizarea cu politici și strategii de promovare offline vs. online;
- dobândire cunoștințe legate de
 - realizarea diverselor tipuri de instrumente publicitare și de promovare;
 - instrumentele de promovare specifice mediului digital, instrumente SEO, SEM și modul de realizare și utilizare adecvată și eficientă a acestora;
- identificarea și utilizarea eficientă a
 - instrumentelor de promovare în general cât și a celor specifice domeniului turistic și industriei ospitalității
 - instrumentelor Mobile Ad
- dobândirea cunoștințelor legate de
 - metode online de publicitate, tipuri de rețele publicitare în lume/în România
 - strategiile de promovare online, readucerea consumatorilor online, instrumente online specifice, urmărirea concurenței online, maturitatea online, analiza propriei activități online, web-vertising vs. Mobile-Ad, Mobile Apps
- identificarea transformărilor privind
 - relațiile cu publicul în rețea vs. cele din mediul tradițional
 - forța de vânzare online vs. cea din mediul offline

Conf. univ. dr. Mihaela Tutunea

DEZVOLTARE DURABILĂ ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ

Ce studiază Dezvoltarea durabilă în industria hotelieră?

Mediul natural și industria hotelieră se influențează și condiționează reciproc din cauze și sub forme ce trebuie înțelese și abordate corect pentru a evita problemele și a profita de oportunitățile ivite. Cursul urmărește să ofere cunoștințele necesare pentru a înțelege interacțiunea dintre mediul natural și industria hotelieră și pentru a găsi și aplica soluții adaptate dezvoltării durabile. Turismul este o activitate ambivalentă prin efectele pozitive și negative simultane pe care creează. De aceea este necesară promovarea specializării în concordanță cu principiile dezvoltării durabile – preocupare egală pentru economie, societate și mediu. În secolul al XXI-lea, durabilitatea și responsabilitatea corporativă au primit o acceptare tot mai largă în turism.

Cum putem continua dezvoltarea economică, socială, progresul tehnic și menține, în același timp, echilibrul natural?

Nu trece o zi în care să nu se dezbata în mass-media o problemă legată de mediu. Uniunea Europeană a pus aspectele de mediu, ale dezvoltării durabile pe primul loc al priorităților sale. România este obligată să se conformeze principiilor dezvoltării durabile. Dezvoltarea durabilă urmărește satisfacerea nevoilor prezentului, fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi. Orice firmă este obligată să respecte diverse cerințe cu privire la mediu. Cu toate acestea, câte firme, mai mici sau mai mari, știu cum să evalueze impactul unui produs ori serviciu asupra mediului? În câte dintre ele se colectează pentru a fi reciclate hârtia sau sticla? Câte înțeleg valoarea economică (cel puțin) a unui comportament orientat spre mediu? Câte realizează cum o restricție de mediu poate deveni oportunitate într-un context concurențial, dominat de incertitudine și dinamism? Câte conștientizează care sunt cu adevărat consecințele acțiunilor lor asupra naturii și societății, diversitatea, amploarea lor în timp și spațiu? Câte știu ce înseamnă cu adevărat durabil?

Economia globală s-a mărit de șapte ori din 1950 până în 2000, s-au ridicat standardele de viață, dar: s-au ars cantități enorme de combustibil fosil ieftin artificial, un proces care destabilizează clima, ne lovesc valuri de căldură tot mai intense, furtuni mai pustiitoare, calotele de gheață se topesc, 1 hectar de pădure tropicală, sanctuar al biodiversității și furnizor de servicii vitale pentru întreaga planetă, se vinde pe câțiva dolari, în timp ce cultura de soia modificată genetic ce i-a luat locul susține corporații cu profituri de milioane de dolari. Stațiunile montane nu mai au zăpadă pentru ski, defrișările distrug potențialul turistic în nenumărate locuri, poluarea alungă turistii din zone atractive altadata.

De ce toate acestea nu sunt reflectate în costuri? Unde eșuează piața? Care sunt soluțiile? Disciplina *Dezvoltare durabilă în industria hotelieră* este unul din punctele de pornire în care vom căuta și dezbate împreună răspunsuri, soluții.

Conf. dr. Dacina Crina Petrescu

Comportament organizational

Comportamentul organizational este studiul sistemic al comportamentului individual si al grupurilor în organizatii.

Acesta furnizeaza un set de concepte, principii, reguli si instrumente menite sa ajute managerii sa *explice*, *previzioneze* si *controleze* comportamentul uman.

Explicarea. Daca dorim sa înțelegem un fenomen, trebuie sa începem prin a-l explica. De exemplu, daca explicatia pentru o rata înalta a rulajului de personal este nivelul mic de salarizare sau o munca inadecvata, managerii vor lua masuri pentru a corecta acest comportament în viitor.

Previzionarea se concentreaza asupra evenimentelor viitoare. Pe baza cunoasterii comportamentului organizational, managerii pot previziona anumite raspunsuri comportamentale în raport cu schimbarile. Astfel, un manager poate anticipa ce abordare va genera cel mai mic grad de rezistenta a angajatilor si va folosi aceste informatii pentru luarea unei decizii.

Comportamentul organizational ofera tehnici care faciliteaza *controlul* oamenilor. Cu toate ca societatea moderna are la baza conceptul libertatii individului, controlul comportamentului este privit de manageri ca un instrument valoros oferit de comportamentul organizational în obtinerea eficientei.

Cadrul pentru înțelegerea comportamentului angajatilor în organizatii are trei componente de baza:

a) Procese Individuale: valori, personalitati si atitudini, perceptii si atribuire, invatare, motivatie.

b) Procese interpersonale si de grup: leadership, comunicare interpersonala, putere, conflict si negocieri, dinamica în interiorul grupurilor si între grupuri, luarea deciziilor în grup.

c) Procese Organizationale: schimbare organizationala, cultura organizationala, structura organizatiei.

Comportamentul unei persoane este diferit atunci când rezolva o problema cunoscuta sau una complet noua si depinde de modul de recompensare, de stilul de conducere al superiorului sau de modul de rezolvare a conflictelor practicat de management.