



FIȘA DISCIPLINEI
MANAGEMENTUL AGENȚIEI DE TURISM
Anul universitar 2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de Ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Administrarea Afacerilor în Servicii de Ospitalitate
1.7. Forma de învățământ	Învățământ la distanță

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		MANAGEMENTUL AGENȚIEI DE TURISM				Codul disciplinei		ILR0047				
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină				Conf. univ. dr, Monica Maria COROȘ								
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – tutorele				Conf. univ. dr, Monica Maria COROȘ								
2.4. Anul de studiu		III	2.5. Semestrul		I	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		Conținut	DS
											Obligativitate	DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2			3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	125	din care: 3.5. SI	69	AI	28	3.6. AT + TC + AA	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)							ore
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)							28
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							21
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri							20
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)							2
3.5.5. Examinări							2
3.5.6. Alte activități							2
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)	97						
3.8. Total ore pe semestru (număr ECTS x 25 de ore)	125						
3.9. Numărul de credite	5						

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	Platforma elearning a UBB
--------------------------------	---------------------------



5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Sală de laborator dotată cu echipamente de tip PC (All-in-One); acces la Internet, acces online la software de simulare sistem global de distribuție (platforma Amadeus), acces online la software pentru simulări de afaceri: Agenție de turism; acces la software pentru colectare automată de date; acces la software pentru simulare și analiză; acces la modulul de management al evenimentelor și la motorul de rezervări online. Pe parcursul activităților de tutorat, telefoanele mobile trebuie trecute în modul silențios. Termenul de predare a temelor de control este stabilit de titular și este afișat pe platforma eLearning
--	---

6. Competențe

6.1. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	• C1.1. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor provenite atât din interiorul cât și exteriorul • C1.2. Identificarea metodelor concrete de culegere a datelor, prelucrare și analiză a acestora în funcție de diferite situații specifice și condiții de desfășurare a activității firmei • C1.3. Culegerea datelor, pregătirea, gestiunea și utilizarea sistemelor informatice în prelucrarea și analiza datelor în scopul rezolvării unor probleme specifice ale firmei • C1.4. Analiza datelor empirice și a rezultatelor, evaluarea și validarea acestora în vederea evitării și eliminării erorilor de interpretare • C4.1. Descrierea, definirea și caracterizarea strategiilor ce pot fi implementate în activitatea organizațiilor din industria ospitalității • C4.2. Analiza situației actuale, selectarea și propunerea unor alternative strategice de dezvoltare a activității firmei • C4.5. Proiectarea și propunerea unor îmbunătățiri ale strategiilor de dezvoltare a afacerilor în organizațiile din industria ospitalității
Competențe transversale	• CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• Studentul demonstrează deținerea unui set de cunoștințe generale privind administrarea resurselor umane, materiale și financiare, precum și gestionarea relațiilor cu clienții companiilor din industria ospitalității; • Studenta/studentul are cunoștințe solide în domeniul managementului agențiilor de turism;
Aptitudini	• Studentul este capabil să analizeze mediul organizațional și să aplice metode și tehnici specifice pentru administrarea resurselor umane, materiale și financiare, precum și pentru gestionarea relațiilor cu clienții companiilor din industria ospitalității; • Studenta/studentul dovedește capacitatea de a planifica, conduce, gestiona, lua decizii eficiente și de a le analiza impactul și de a controla activitatea, demonstrând în același timp o înțelegere profundă a contextului de business al agențiilor de turism;
Responsabilități și autonomie	• Studentul este capabil să ia decizii la nivelul postului pe care îl ocupă și să își asume responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare; • Studenta/studentul demonstrează capacitatea de a identifica oportunitățile și amenințările din mediul de afaceri, de a analiza concurența și de asemenea cererea, precum și de a lua deciziile adecvate.



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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea modului în care este administrată și organizată activitatea unei agenții de turism și a modului în care agențiile de turism pot contribui la atingerea obiectivului de dezvoltare durabilă axat pe consum și producție responsabile;
7.2. Obiectivele specifice	- Să detalieze structura specifică agenției de turism și relația acesteia cu industria turistică, respectiv a modului în care agenția de turism poate contribui la atingerea obiectivului de dezvoltare durabilă 12 consum și producție responsabile în sfera turismului; - să comunice înțelegerea de bază a elementelor componente ale agențiilor de turism și a proceselor specifice, - să deruleze activități de ticketing, să înțeleagă și să descrie procedurile și reglementările acestui domeniu de activitate, - să analizeze cele patru funcții ale managementului: planificarea, organizarea, motivarea și controlul în cadrul agențiilor de turism, - să culeagă și să analizeze informații și date cu privire la activitatea și performanțele agențiilor de turism din România și/sau Europa.

8. Conținuturi

8.1. AI, SI	Metode de predare	Observații
Turism. Industrie turistică. Piață turistică	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 10% din intervalul de timp alocat studiului
Tipologia agențiilor de turism	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 15% din intervalul de timp alocat studiului
Agențiile de turism în România	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 20% din intervalul de timp alocat studiului
Mediul agențiilor de turism	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 20% din intervalul de timp alocat studiului
Operațiunile tehnice ale agenției de turism	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 20% din intervalul de timp alocat studiului
Structura tehnică a unei agenții de turism	Parcurgerea suportului de curs în format ID	Se recomandă 15% din intervalul de timp alocat studiului
Bibliografie: Borchgrevink, C. P., Perspective on the Hospitality Industry: An Introduction to Hospitality Management, Kendall-Hunt, 1998. Bălășoiu, V., Dobândă, E., Snak, O., Managementul calității produselor și serviciilor în turism, Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, 2003. Botezat, Elena, Strategii manageriale în turism, Editura Economică, București, 2003. Buhalis D., Laws E., Tourism Distribution Channels, Editura Continuum, 2001. Coroș, M.M., Managementul agenției de turism – Suport de curs elaborat în tehnologia ID Chon, K.S. and Sparrowe, R.T., Welcome to Hospitality – An Introduction, Editura Thomson Learning, 2000. Chuck, Y. Gee, Professional Travel Agency Management, Editura Prentice Hall, 1st edition, 1997. Curta, N. C., Management strategic pentru firmele de turism – Studii de caz, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005. Ford, R. and Cherrill, P. H., Managing the Guest Experience in Hospitality, Albany, NY: Delmar/Thomson Learning, 2000. Holland, J., Leslie, D., Tour Operators and Operations. Development, Management and Responsibility, CABI, 2018 (BCU – Filiala Facultății de Business). Horner P., Travel Agency Practice, Editura Longman, 1996. Laws E., Managing Packaged Tourism, Editura Thomson Press, 1997. Luca, C.; Hurmuzescu, D., Manualul practic al agentului de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business). Luca, C.; Chiriac, A. C.; Hurmuzescu, D.; Cojocariu, S.; Gheorghită, D. R.; Lăscuț, R. T., Manualul directorului agenției de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business).		



Luca, C.; Chiriac, A. C., Manualul practic al ghidului de turism, THR, București, 2004. (BCU – Filiala Facultății de Business).

Powers, T., Introduction to Management in the Hospitality Industry, John Wiley&Sons, Inc, 1995.

Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2013.

Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor din turism, Editura AllBeck, București, 2002.

Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2000.

Syratt, G., Manual of Travel Agency Practice, Butterworth Heinemann, 1992 (BCU – Filiala Facultății de Business)..

Tinard, Yves, Le Tourisme: Économie et Management, McGraw Hill, Paris, 1992.

Vellas, F., Économie et Politique du Tourisme International, Ed. Économica, Paris, 2002.

Yale P., The Business of Tour Operations, Editura Longman, 1995.

*** United Nations Environment Programme (UNEP), Sustainable Tourism: the Tour Operators' Contribution, Division of Technology, Industry and Economics, <http://www.toinitiative.org>, 2003.

*** Institutul Național de Statistică, TempoOnline, București, <http://statistici.INSSE.ro:8077/tempo-online/>.

8.2. AT	Metode de predare-învățare	Observații
AT1 Turism. Industrie turistică. Piață turistică. Tipologia agențiilor de turism. Agențiile de turism în România	Prezentare orală, expunere interactivă, multimedia, exemplificare, rezolvare de probleme, studii de caz, cercetare-documentare online	4 ore
AT2 Mediul agențiilor de turism. Operațiunile tehnice ale agenției de turism. Structura tehnică a unei agenții de turism	Prezentare orală, expunere interactivă, multimedia, exemplificare, studii de caz, rezolvare de probleme, cercetare-documentare online	4 ore

Bibliografie:

Borchgrevink, C. P., Perspective on the Hospitality Industry: An Introduction to Hospitality Management, Kendall-Hunt, 1998.

Bălășoiu, V., Dobândă, E., Snak, O., Managementul calității produselor și serviciilor în turism, Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, 2003.

Botezat, Elena, Strategii manageriale în turism, Editura Economică, București, 2003.

Buhalis D., Laws E., Tourism Distribution Channels, Editura Continuum, 2001.

Coroș, M.M., Managementul agenției de turism – Suport de curs elaborat în tehnologia ID

Chon, K.S. and Sparrowe, R.T., Welcome to Hospitality – An Introduction, Editura Thomson Learning, 2000.

Chuck, Y. Gee, Professional Travel Agency Management, Editura Prentice Hall, 1st edition, 1997.

Curta, N. C., Management strategic pentru firmele de turism – Studii de caz, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005.

Ford, R. and Cherrill, P. H., Managing the Guest Experience in Hospitality, Albany, NY: Delmar/Thomson Learning, 2000.

Holland, J., Leslie, D., Tour Operators and Operations. Development, Management and Responsibility, CABI, 2018 (BCU – Filiala Facultății de Business).

Horner P., Travel Agency Practice, Editura Longman, 1996.

Laws E., Managing Packaged Tourism, Editura Thomson Press, 1997.

Luca, C.; Hurmuzescu, D., Manualul practic al agentului de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business).

Luca, C.; Chiriac, A. C.; Hurmuzescu, D.; Cojocariu, S.; Gheorghită, D. R.; Lăscuț, R. T., Manualul directorului agenției de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business).

Luca, C.; Chiriac, A. C., Manualul practic al ghidului de turism, THR, București, 2004. (BCU – Filiala Facultății de Business).

Powers, T., Introduction to Management in the Hospitality Industry, John Wiley&Sons, Inc, 1995.

Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2013.

Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor din turism, Editura AllBeck, București, 2002.

Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2000.

Syratt, G., Manual of Travel Agency Practice, Butterworth Heinemann, 1992 (BCU – Filiala Facultății de Business)..

Tinard, Yves, Le Tourisme: Économie et Management, McGraw Hill, Paris, 1992.

Vellas, F., Économie et Politique du Tourisme International, Ed. Économica, Paris, 2002.



Yale P., The Business of Tour Operations, Editura Longman, 1995.

*** United Nations Environment Programme (UNEP), Sustainable Tourism: the Tour Operators' Contribution, Division of Technology, Industry and Economics, <http://www.toinitiative.org>, 2003.

*** Institutul Național de Statistică, TempoOnline, București, 2002-2024, <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/>.

8.3. TC	Metode de transmitere a informației	Observații
TC1 Analizați comparativ (în perechi) cadrul legislativ care reglementează organizare și activitatea agențiilor de turism din două state europene (membre sau nemembre ale Uniunii Europene) sau noneuropene. Caracterizați activitatea agențiilor din aceste state și arătați contribuția acestora la dezvoltarea turismului din statele selectate. Fiecare student(ă) își va asuma în mod explicit partea pe care a documentat-o și redactat-o. Concluziile comparative reprezintă componenta cu cea mai mare alocare de puncte. Utilizarea plagiatului sau a inteligenței artificiale cu scop generativ conduce la anularea punctajului. Tema de control va cuprinde în mod obligatoriu referințe bibliografice relevante, corect citate în text și în bibliografia finală.	Prin alocarea temei în cadrul <i>assignment</i>-ului destinat, pe platforma ID (MS Teams), în calendarul disciplinei și în suportul de curs	Tema se va realiza în echipe de 2 persoane. După prima întâlnire studenții comunică echipele în decurs de 48 de ore. Se predă în cadrul <i>assignment</i>-ului creat în acest scop prin platforma MS Teams la 3 săptămâni după prima întâlnire
TC2 În perechi, analizați produsele turistice (pentru perioada Paștilor, pentru mini-vacanța de 1 Mai, pentru turism urban, pentru turism rural, pentru târgurile de Crăciun, pentru vacanța de Crăciun, pentru turism balnear etc.) ale unui număr de cel puțin 10 agenții de turism sau turoperatori per persoană. Caracterizați aceste oferte identificând publicul țintă și semnalând per ansamblu avantajele și lipsurile acestora, respectiv dând exemple de bune sau proaste practici. Apoi, creați propriul dvs. produs turistic (urmăriți să reduceți limitele și să maximizați avantajele identificate în cazul produselor analizate). Arătați care este publicul țintă, realizați descrierea produsului turistic elaborând fișa de calcul și fluturașul de prezentare și explicați cum veți atinge publicul țintă în vederea comercializării produsului turistic. Fiecare student(ă) își va asuma în mod explicit partea pe care a documentat-o și redactat-o. Concluziile comparative reprezintă componenta cu cea mai mare alocare de puncte. Utilizarea plagiatului sau a inteligenței artificiale cu scop generativ conduce la anularea punctajului. Tema de control va cuprinde în mod obligatoriu	Prin alocarea temei în cadrul <i>assignment</i>-ului destinat, pe platforma ID (MS Teams), în calendarul disciplinei și în suportul de curs	Tema se va realiza în echipe de 2 persoane. După a doua întâlnire studenții comunică echipele în decurs de 48 de ore. Se predă în cadrul <i>assignment</i>-ului creat în acest scop prin platforma MS Teams la 4 săptămâni după prima întâlnire



referințe bibliografice relevante, corect citate în text și în bibliografia finală.		
Bibliografie: Borchgrevink, C. P., Perspective on the Hospitality Industry: An Introduction to Hospitality Management, Kendall-Hunt, 1998. Bălășoiu, V., Dobândă, E., Snak, O., Managementul calității produselor și serviciilor în turism, Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, 2003. Botezat, Elena, Strategii manageriale în turism, Editura Economică, București, 2003. Buhalis D., Laws E., Tourism Distribution Channels, Editura Continuum, 2001. Coroș, M.M., Managementul agenției de turism – Suport de curs elaborat în tehnologia ID Chon, K.S. and Sparrowe, R.T., Welcome to Hospitality – An Introduction, Editura Thomson Learning, 2000. Chuck, Y. Gee, Professional Travel Agency Management, Editura Prentice Hall, 1st edition, 1997. Curta, N. C., Management strategic pentru firmele de turism – Studii de caz, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005. Ford, R. and Cherrill, P. H., Managing the Guest Experience in Hospitality, Albany, NY: Delmar/Thomson Learning, 2000. Holland, J., Leslie, D., Tour Operators and Operations. Development, Management and Responsibility, CABI, 2018 (BCU – Filiala Facultății de Business). Horner P., Travel Agency Practice, Editura Longman, 1996. Laws E., Managing Packaged Tourism, Editura Thomson Press, 1997. Luca, C.; Hurmuzescu, D., Manualul practic al agentului de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business). Luca, C.; Chiriac, A. C.; Hurmuzescu, D.; Cojocariu, S.; Gheorghită, D. R.; Lăscuț, R. T., Manualul directorului agenției de turism, THR, București, 2004 (BCU – Filiala Facultății de Business). Luca, C.; Chiriac, A. C., Manualul practic al ghidului de turism, THR, București, 2004. (BCU – Filiala Facultății de Business). Powers, T., Introduction to Management in the Hospitality Industry, John Wiley&Sons, Inc, 1995. Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2013. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor din turism, Editura AllBeck, București, 2002. Stănciulescu, G., Managementul agenției de turism, Editura ASE, 2000. Syratt, G., Manual of Travel Agency Practice, Butterworth Heinemann, 1992 (BCU – Filiala Facultății de Business).. Tinard, Yves, Le Tourisme: Économie et Management, McGraw Hill, Paris, 1992. Vellas, F., Économie et Politique du Tourisme International, Ed. Économica, Paris, 2002. Yale P., The Business of Tour Operations, Editura Longman, 1995. *** United Nations Environment Programme (UNEP), Sustainable Tourism: the Tour Operators' Contribution, Division of Technology, Industry and Economics, http://www.toinitiative.org, 2003. *** Institutul Național de Statistică, TempoOnline, București, 2002-2024, http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/.		

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

- Pentru orice absolvent este esențială o viziune de ansamblu cu privire la rolul jucat în industria turismului de către agențiile de turism. Apoi, absolvenții trebuie să cunoască modul de organizare și de funcționare al unei agenții de turism, a particularităților și activităților specifice acestui domeniu. În fine, este importantă cunoașterea unor metode practice aplicate în activitățile specifice pentru a reuși să aplice sarcinile locurilor de munca corespunzătoare domeniului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. AI, SI	• Corectitudinea și amplitudinea cunoștințelor; • Coerența logică; • Limbajul de specialitate;	Examen scris (test final: test grilă cu un singur răspuns corect +/- întrebări deschise +/- întrebări de tip adevărat/fals) – pentru a se lua în considerare punctajele acumulate,	50%



	Înțelegerea noțiunilor de bază;	studenții trebuie să obțină minimum nota 5 (cinci) la testul final, doar astfel se vor aduna restul punctelor pentru stabilirea notei finale)	
10.5. TC / AA	- Capacitate de a aplica noțiunile învățate; - Documentarea suplimentară.	2 teme de control	50% (temelor de control alocându-li-se ponderi diferite: TC1 având 20%, iar TC2 30%)
OBS - Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris. - Pentru sesiunea de restanțe, modul de evaluare rămâne neschimbat. Punctajul obținut în urma evaluării temelor de control rămâne neschimbat. - Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare. - Pentru o bună organizare a examenului final, studenții vor anunța participarea la examenul final, inclusiv în sesiunea de restanțe, înscriindu-se și alegând prima sau a doua dată de examen (prin intermediul Assignment-ului creat cu acest scop). - Studenții au posibilitatea de a acumula 1 punct bonus rezolvând sarcini de lucru suplimentare, lansate de cadrul didactic.			
10.6. Standard minim de performanță - cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple; - notele acordate sunt între 1(unu) și 10(zece); - interpretarea economică a rezultatelor obținute; !!! Pentru participarea la examenul final, studenții trebuie să se înscrie, alegând prima sau a doua data de examen (prin intermediul Assignment-ului creat cu acest scop).			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
BABEȘ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITÄT
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY
TRADITIO ET EXCELLENTIA



Coordonator de disciplină
Conf.univ.dr. Monica Maria COROȘ

Tutore de disciplină/
Conf.univ.dr. Monica Maria COROȘ

Data
.....15.07.2025.....

Responsabil de studii ID/IFR,
Conf.univ.dr. Oana BODE