

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Alimentație și turism
1.3 Departamentul	Ingineria și managementul alimentației și turismului
1.4 Domeniul de studii de licență ¹⁾	Inginerie și management
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Inginerie și management în industria turismului/Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare managerială							
2.2 Titularul activităților de curs	Lector dr. Simona ȘOICA							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect								
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DD
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore de activitate a studentului	44				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Cultură organizațională, Scriere academică
4.2 de competențe	-scriere academică

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală prevăzută cu videoproiector/TV, tablă și cretă (marker).
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/	• Sală prevăzută cu videoproiector/TV, tablă și cretă (marker).

proiectului	
-------------	--

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	<p>Cp.8. Capacitatea de a aduna informații tehnice: Aplică metode de cercetare sistematică și comunică cu părțile relevante pentru a găsi informații specifice și evaluează rezultatele cercetărilor pentru a estima relevanța informațiilor, precum și a sistemelor tehnice conexe și a evoluțiilor acestora.</p> <p>R.Î.8.1. Absolventul IMIT poate lua parte la studiul resurselor turistice dintr-o anumită zonă și al potențialului acesteia pentru dezvoltarea ulterioară de noi produse turistice.</p> <p>R.Î.8.2. Absolventul IMIT poate lua parte la crearea strategiei privind tipul de conținut care urmează să fie furnizat grupurilor-țintă și cu privire la ce mijloace de informare trebuie utilizate, ținând seama de caracteristicile publicului-țintă și ale mass-mediei care vor fi utilizate pentru livrarea de conținut.</p> <p>Cp.9. Capacitatea de a se adapta la situațiile în schimbare: Schimbă abordarea situațiilor în funcție de schimbările neprevăzute și subite apărute la nivelul nevoilor și dispoziției oamenilor, sau în tendințe; schimbă strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la acele împrejurări.</p> <p>R.Î.9.2. Absolventul IMIT poate prioritiza strategii, improvizează și se adaptează în mod natural la noi tendințe în domeniu.</p> <p>R.Î.9.3. Absolventul IMIT poate identifica soluții alternative în abordarea serviciului în cazul în care circumstanțele se schimbă.</p> <p>Cp.10. Capacitatea de a se orienta spre inovare în practicile curente: Caută îmbunătățiri și prezintă soluții inovatoare, cu utilizarea creativității și a gândirii alternative pentru a elabora noi tehnologii, metode sau idei și răspunsuri la problemele legate de muncă.</p> <p>R.Î.10.1. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a dezvolta o dinamică pozitivă a comunicării cu organizații din diferite țări în vederea construirii unei relații de cooperare și a optimizării schimbului de informații.</p> <p>R.Î.10.2. Absolventul IMIT poate stabili criterii pentru a dezvolta relații pozitive cu comunitatea locală pentru a sprijini creșterea economică a întreprinderilor locale din domeniul turismului și pentru a respecta practicile tradiționale locale.</p> <p>R.Î.10.3. Absolventul IMIT poate adapta stilul de comunicare la publicul-țintă pentru a transmite instrucțiunile în modul prevăzut.</p> <p>Cp.11. Capacitatea de a oferi consultanță cu privire la îmbunătățirile în materie de eficiență. Analizează informațiile și detaliile proceselor și produselor pentru a oferi consiliere cu privire la posibile îmbunătățiri ale eficienței care ar putea fi puse în aplicare și care ar însemna o valorificare a resurselor.</p> <p>R.Î.11.1. Absolventul IMIT poate explica practica călătoriilor durabile în zone naturale care conservă și sprijină mediul local, promovând înțelegerea ecologică și culturală.</p> <p>R.Î.11.2. Absolventul IMIT poate lua parte la planificarea de măsuri de protejare a patrimoniului cultural pentru a reduce impactul asupra patrimoniului cultural, cum ar fi clădirile, structurile sau peisajele.</p> <p>R.Î.11.3. Absolventul IMIT poate aplica programe pentru formarea și consolidarea capacităților angajaților din industria turismului pentru a-i informa cu privire la cele mai bune practici în dezvoltarea și gestionarea destinațiilor și pachetelor turistice, asigurând, în același timp, un impact minim asupra mediului și a comunităților locale și conservarea strictă a zonelor protejate și a speciilor de faună și floră.</p>
-------------------------	---

Competențe transversale	<p>Ct.1. Lucrează în echipe, urmărește viziunea organizației, demonstrează abilități organizatorice.</p> <p>R.Î.1.1. Absolventul IMIT este capabil să lucreze cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului.</p> <p>R.Î.1.2. Absolventul IMIT este capabil să coordoneze și să îi direcționeze pe ceilalți către un scop comun, adesea într-un grup sau echipă.</p> <p>R.Î.1.3. Absolventul IMIT este capabil să organizeze informații, obiecte și resurse prin metode sistematice și în conformitate cu anumite standarde și asigură gestionarea sarcinii.</p> <p>R.Î.1.4. Absolventul IMIT este capabil să construiască o relație de încredere reciprocă, respect și cooperare între membrii aceleiași echipe.</p> <p>Ct.2. Gândește critic, promovează creativitatea în gândire, demonstrează gândire holistică, demonstrează spirit antreprenorial.</p> <p>R.Î.2.1. Absolventul IMIT este capabil să evalueze critic credibilitatea și fiabilitatea informațiilor înainte de a le utiliza sau de a le transmite altora.</p> <p>R.Î.2.1. Absolventul IMIT este capabil să identifice idei noi sau le combină pe cele existente pentru a dezvolta soluții inovatoare și noi.</p> <p>R.Î.2.3. Absolventul IMIT este capabil să dezvolte o întreprindere proprie, identificând și urmărind oportunitățile și mobilizând resursele, ținând cont de perspectiva unei rentabilități.</p> <p>Ct.3. Gestionează evoluția personală, dă dovadă de dorință de învățare, își asumă responsabilitatea.</p> <p>R.Î.3.1. Absolventul IMIT este capabil să identifice propriile competențe pentru a avansa în viața profesională și privată.</p> <p>R.Î.3.2. Absolventul IMIT este capabil să evidențieze atitudine pozitivă față de cerințe noi și provocatoare care pot fi satisfăcute doar prin învățare pe tot parcursul vieții</p> <p>R.Î.3.3. Absolventul IMIT este capabil să identifice soluții alternative pentru a lua decizii.</p> <p>R.Î.3.4. Absolventul IMIT este capabil să accepte responsabilitatea și răspunderea pentru propriile decizii și acțiuni profesionale sau pentru cele delegate altora.</p> <p>R.Î. 3.5. Absolventul IMIT este capabil să demonstreze onestitate, integritate și credibilitate la locul de muncă.</p> <p>Ct.4. Asigură orientarea către client, demonstrează competență interculturală.</p> <p>R.Î.4.1. Absolventul IMIT este capabil să selecteze cele mai adecvate căi de comunicare când interacționează cu clienții, oferă consiliere, vinde produse sau servicii sau procesează reclamații.</p> <p>R.Î.4.2. Absolventul IMIT este capabil să înțeleagă diferite moduri de comunicare verbală și non-verbală a sentimentelor și simțurilor.</p> <p>R.Î.4.3. Absolventul IMIT dă dovadă de toleranță și de apreciere față de diferitele valori și norme deținute de persoane și culturi diferite.</p>
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea aspectelor teoretice și practice ale strategiilor de comunicare interpersonală, organizațională și interculturală în industria turismului. Consolidarea abilităților de comunicare, relaționare, colaborare și stimularea creativității.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Antrenarea în exerciții care urmăresc creșterea competenței în comunicarea verbală și nonverbală. Antrenarea atitudinii creatoare, a implicării cognitive și afective în procesul de comunicare la nivel interpersonal, la nivelul grupurilor și al organizațiilor. Antrenarea aptitudinilor de comunicare interculturală.

	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea competențelor de comunicare turistică • Contactul cu aplicații practice (studii de caz) pentru a permite studenților să abordeze pragmatic domeniul comunicării manageriale.
--	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
8.1.1. Comunicarea managerială. Comunicarea managerială în industria turismului. Modele de comunicare aplicate în turism.	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.2. Înțelegerea procesului de comunicare managerială: climat, context, participanți	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	4	
8.1.3. Comunicare interculturală. Impactul valorilor culturale asupra evenimentelor de comunicare verbale și nonverbale în interiorul și exteriorul organizațiilor de turism	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	4	
8.1.4. Comunicare profesională: Planificare, organizare, structură, vocabular	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	4	
8.1.5. Managementul impresiei. Planificarea, organizarea și susținerea prezentărilor	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.6. Comunicare digitală în interiorul și în exteriorul organizațiilor.	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.7. Tactici de comunicare	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.8. Comunicare creativă în turism. Management turistic creativ I: Discurs turistic	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.9. Comunicare creativă în turism. Management turistic creativ II : Participare și co-creare	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.10. Comunicare creativă în turism. Management turistic creativ III. Cultura turistică, fenomen de comunicare. Spații turistice și roluri în turism	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
8.1.11. Comunicare creativă în turism. Management turistic creativ IV: Medii tematice	Prelegere – dezbateri; predare interactivă; videoproiector	2	
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • Bell, R.L., Martin, J.S. (2014) Managerial Communication. New York: Business Expert Press. • Bourhis, R.Y., Leyens, J.F. (1997). Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri. Iasi: Polirom. • Chiciudean, I., Țoneș, V. (2002). Gestionarea crizelor de imagine. București: Comunicare.ro • Clark, M. (1995). Interpersonal relations for hospitality industry. London: Chapman and Hall. • Gibson, I. (2010). Intercultural business communication. Oxford: Oxford university press. 			

<ul style="list-style-type: none"> Hyes, G.E Veltsosm J,R (2018). Managerial Communication. Strategies and Applications.Los Angeles: Sage Publishing. Munter, M., Hamilton, L. (2014). Guide to Managerial Communication. Effective Business Writing and Speaking. Boston: Pearson Șoica, Simona (2016). Comunicarea turistică. Noi semnificații în spațiul turistic. Brașov: Editura Universității Transilvania din Brașov. ISBN: 978-606-19-0776-2. Soica, Simona (2023) Strategii de comunicare pentru managementul turiștilor. Brașov: Editura Universității Transilvania din Brașov. ISBN 978-606-19-1588-0. 			
8.2 Seminar	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
8.2.1. Obiecte, comunicare, semnificații. cultura populară.	Problematizare. Exerciții	2	
8.2.2. Abordarea strategică a comunicării în organizații. Relații interpersonale. Analiza mesajului.	Exerciții. Studii de caz	4	
8.2.3. Comunicare interculturală. Impactul valorilor culturale asupra evenimentelor de comunicare verbale și nonverbale. Eticheta și politețea între culturi. Influențe culturale asupra aprecierii serviciilor turistice	Problematizare. Exerciții	4	
8.2.4. Comunicare profesională. Concepere texte profesionale	Problematizare. Exerciții	4	
8.2.5. Susținerea prezentărilor, argumentare	Problematizare. Exerciții	2	
8.1.6. Comunicare turistică în mediul digital	Problematizare. Studii de caz.	2	
8.2.7. Tactici de comunicare. Aplicații	Problematizare. Exerciții	2	
8.2.8. Comunicare creativă în turism. Analiza discursuri turistice actuale.	Problematizare. Studii de caz. Exerciții	2	
8.2.9. Comunicare creativă în turism. Analiza discursuri turistice. Concepere produse de comunicare.	Problematizare. Dezbateri. Studii de caz. Exerciții	2	
8.2.10. Comunicare creativă în turism. Management turistic creativ. Crearea de noi spații turistice. Analiza discursuri turistice	Problematizare. Dezbateri. Studii de caz. Exerciții	2	
8.2.11. Comunicare creativă în turism. Medii tematice. Concepere produse de comunicare. Analiza discursuri de promovare	Problematizare. Dezbateri. Studii de caz. Exerciții	2	

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

<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a comunica eficient într-o organizație. Capacitatea de a lucra într-o echipă pluridisciplinară și multiculturală. Manifestarea potențialului creativ în industria turismului.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Aplicarea noțiunilor din curs	Examen scris	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Documentare pentru lucrările de seminar. Participare activă la ore	Lucrări de seminar. Evaluare pe parcursul semestrului	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea elementelor de bază ale procesului de comunicare managerială • Cunoașterea tacticilor de comunicare în industria turismului • Obținerea notei minime de promovare 			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 12.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 12.09.2024

Prof.dr.ing. Vasile PĂDUREANU, Decan	Conf.dr.ing. Cristina-Maria CANJA, Director de departament
Lector dr. Simona ȘOICA Titular de curs	Lector dr. Simona ȘOICA Titular de seminar

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).