

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	CHIMIE, BIOLOGIE, GEOGRAFIE
1.3 Departamentul	GEOGRAFIE
1.4 Domeniul de studii	GEOGRAFIE
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	DEZVOLTARE SI AMENAJARE TURISTICĂ

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE SI RELATII PUBLICE ÎN TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs	CONF UNIV. DR. SORINA VOICULESCU						
2.3 Titularul activităților de seminar	CONF UNIV. DR. SORINA VOICULESCU						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	EX	2.7 Regimul disciplinei	DO

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/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					94 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					28
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități					2
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	• Elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Amfiteatru echipat cu tehnica necesara (50%)
-------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> online pe platformele e-learning si google meet (50%)
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorul se va desfășura în sălile special amenjate din UVT dar și pe teren (70%) online pe platformele e-learning si google meet (30%)

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	- Cunoașterea principiilor, teoriilor, conceptelor și modelelor care permit înțelegerea la nivel avansat a organizării și funcționării industriei turistice cu accent deosebit asupra comunicării și relațiilor publice
Abilități	-Aplicarea creativă a celor mai adecvate metode și tehnici de cercetare și programare strategică a dezvoltării și amenajării turistice -Organizarea logică a mesajelor și comunicarea fluentă în limba română și în limbi de circulație internațională, în context educațional și profesional. -Abilități de lucru în echipă
Responsabilitate și autonomie	-Gestionarea autonomă a situațiilor de muncă sau de studiu complexe, imprevizibile, care necesită noi abordări strategice; -Asumarea responsabilității pentru a contribui la transformarea cunoștințelor și practicilor profesionale și/sau pentru a revizui performanța strategică a echipelor.

7. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Ce sunt relațiile publice? / Relațiile publice ca proces/ Componentele relațiilor publice	Curs magistral	Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman. Pag 2-12
	Conversația	Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman., pag 12-20
	Descriere	
Înțelegerea diferenței dintre jurnalism și PR/înțelegerea diferenței dintre jurnalism și reclamă/jurnalism și marketing	Explicație	Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman., pag. 24-52
		Deuschl D. (2005) Travel and Tourism Public Relation, An Introductory Guide for

<p>Evoluția relațiilor publice</p> <p>Înțelegerea rolului PR și al comunicării în turism</p> <p>Strategii, dezvoltare creativă, comunicare, evaluarea companiei, strategii media.</p> <p>Avantajele și dezavantajele diferitelor canale media pentru activitățile turistice; reclama și PR</p> <p>Construirea unor branduri turistice solide</p>		<p>Hospitality Managers, Ed. Butterworth-Heinemann.</p> <p>Morgan N., Pritchard A. (2000) Advertising in Tourism and Leisure, Ed. Butterworth-Heinemann.</p>
<p>Bibliografie :</p> <p>Deuschl D. (2005) Travel and Tourism Public Relation, An Introductory Guide for Hospitality Managers, Ed. Butterworth-Heinemann</p> <p>Morgan N., Pritchard A. (2000) Advertising in Tourism and Leisure, Ed. Butterworth-Heinemann.</p> <p>Popovici A. (2014) Public Relations in Tourism. A Research of The Perception of the Romanian public Upon Responsible Tourism, Procedia Social and Behavioral Sciences 163 (2014) 67-72.</p> <p>Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman, NY.</p>		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
<p>Seminar introductiv</p> <p>Film documentar: The invention of public relations</p>	<p>Discutii</p> <p>Discuții pe baza filmului</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=iBEclayBCd</p>

<p>Metode cercetare utilizate în comunicare și relații publice</p> <p>Film documentar: Henry Ford Documentary - MOST Influential AMERICAN Innovator Ford's Model</p> <p>Analiza unor firme turistice de succes</p> <p>Analiza unor firme turistice care au pierdut pe piața turismului mondial</p> <p>Referat: analiza unui hotel de 4 sau 5 stele din Romania sau din strainatate și a strategiilor de promovare a acestuia</p>	<p>Studiu bibliografic</p> <p>Discuții pe baza filmului</p> <p>Tematică ce presupune analiza informației obținută de pe internet</p> <p>analiza calitativă</p>	<p>Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=krhvjHIAyDo</p> <p>Studentii vor elabora-un referat consistent. Acesta va fi realizat si cu aportul echipei de PR a hotelului selectat. Masteranzii vor învăța să redacteze documente specifice comunicării și vor învăța, asistat să comunice cu managerii unor hoteluri de top din lume. Referatul va fi prezentat în ultimele două săptămâni ale semestrului</p>
<p>Bibliografie :</p> <p>Popovici A. (2014) Public Relations in Tourism. A Research of The Perception of the Romanian public Upon Responsible Tourism, Procedia Social and Behavioral Sciences 163 (2014) 67-72.</p> <p>Wicox, D., Ault, PH., H., Agee, W., K. (1998), Public Relations. Strategies and Tactics, fifth edition, Longman, NY.</p> <p>https://www.tripadvisor.com/</p> <p>https://www.booking.com/</p>		

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

Cursul își propune să ofere studenților cunoștințe specifice activității de dezvoltare și amenajare turistică în special asupra rolului pe care comunicarea și relațiile publice le au în promovarea unor afaceri, și soluționarea problemelor pe care acestea le pot avea la un moment dat.
Absolvenții pot constitui parte activă din echipe multi si transdisciplinare din industria turistică.

9. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Evaluare finala	50%
10.5 Seminar / laborator		Evaluare pe parcurs	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Nota 5 (cinci)			

Data completării

16.09. 2022

Titular de disciplină

Conf. dr. Sorina Voiculescu

Data avizării în departament

Director de departament