

Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul „Mihai Eminescu” din Soroca



Aprobată prin ordinul

nr. 50/6 din "25" ianuarie 2021

Director: Tatiana VIȘNIOVAIA

Programa

Pentru examenul de calificare

Nivelul 4 al CNC

Specialitatea: 101510 Turism

Calificarea: 422106 Agent de turism (calificare medie)

Soroca 2021

Programa a fost elaborată în baza următoarelor documente:

1. Standardul ocupațional;
2. Standardul de calificare;
3. Curriculumul specialității;
4. Ghid practic de elaborare a curriculumului pentru învățământul profesional tehnic post - secundar și post-secundar nonterțiar, aprobat prin OME nr.296 din 21.04.2016.

Autori:

Fiodorciuc Daniela, cadru didactic titular, grad didactic Superior

Mitrofan Tatiana, cadru didactic titular, grad didactic Doi

Levandovschii Irina, cadru didactic titular, grad didactic Doi

Aprobată de:

Consiliul profesoral al Colegiului „Mihai Eminescu” din Soroca

Proces - verbal nr. 08 din 25 ianuarie 2021

Consiliul metodic-științific al catedrei Psihopedagogie și Asistență socială

Proces - verbal nr. 7 din 20 ianuarie 2021

Recenzenți:

Uretii Dumitru, cadru didactic, grad didactic Doi

Nosov Victoria, cadru didactic, grad didactic Întâi

Adresa Programei în Internet:

<http://colegiulmeminescutoroca.edu.md/>

Lista competențelor profesionale specifice

1. Explicarea faptelor, fenomenelor, proceselor din viața reală, utilizând concepte specifice economiei turismului.
2. Luarea deciziilor în diferite situații, calculând, aplicând instrumente, metode, tehnici specifice disciplinei.
3. Optimizarea factorilor de producere în formarea produsului turistic.
4. Întocmirea și evaluarea cheltuielilor în activitatea turistică.
5. Manifestarea unui comportament economic etic și responsabil în raport cu ceilalți.
6. Recunoașterea importanței aplicării marketingului turistic.
7. Identificarea misiunii, obiectivelor și strategiei firmei turistice.
8. Evaluarea oportunităților și riscurilor mediului de marketing al unei întreprinderi turistice.
9. Diagnosticarea fenomenelor și proceselor specifice economiei de piață.
10. Elaborarea mixului și politicilor de marketing ale firmei turistice.
11. Descrierea semnificațiilor managementului.
12. Aprecierea contribuției școlilor de management în evoluția acestuia.
13. Distingerea nivelelor manageriale și explicarea atribuțiilor managerilor superiori, medii și inferiori.
14. Diferențierea trăsăturilor de conducere a stilului democrat, autoritar și liberal.
15. Estimarea modului de influență a fiecărui factor intern și extern asupra activității organizației.
16. Realizarea unei analize proprii pentru o organizație concretă aplicând toți factorii externi și interni de influență.
17. Identificare și aprecierea procesului de comunicare în cadrul organizației.
18. Identificarea deciziilor manageriale conform criteriilor specifice.
19. Aplicarea metodelor de luare a deciziilor în diverse situații manageriale.
20. Conștientizarea rolului motivației salariaților în cadrul firmei și exemplificarea formelor de motivare.
21. Estimarea activității de control în cadrul firmei și identificarea corectă a acțiunilor în urma efectuării controlului.
22. Examinarea formelor de putere folosite de manageri și determinarea eficienței acestora.
23. Stabilirea cauzelor și consecințelor conflictelor ce se pot isca în cadrul organizației și utilizarea adecvată a metodelor de soluționare a conflictelor.
24. Identificarea rolului și specificul activității agenților de turism și cunoașterea Legii Nr.352-XVI din 24.11.2006, cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice.

25. Determinarea și cunoașterea actelor necesare pentru activitatea agenției de turism și a Legii Nr.451-XV din 30.01.2001, cu privire la reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător.
26. Identificarea subdiviziunilor unei agenții de turism și realizarea structurii organizatorice.
27. Respectarea legislației muncii în domeniul turismului și elaborarea unei fișe de post pentru un agent de turism.
28. Cunoașterea Legii Nr.1569 din 20.12.2002, cu privire la modul de introducere și scoatere a bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice.
29. Completarea voucherului turistic și a altor acte ce însoțesc turistul în călătorie.
30. Informarea cetățenilor străini cu privire la condițiile de intrare, ieșire, acordarea vizelor și eliberare a invitației pe teritoriul Republicii Moldova.
31. Organizarea și desfășurarea activităților transport în cadrul agenției de turism conform acordului INTERBUS.
32. Delimitarea tipurilor de contracte utilizate de agenția de turism și completarea contractului turistic.

Obiectivele de evaluare

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:
UC1. Cunoașterea și aplicarea noțiunilor fundamentale din industria turismului. UC2. identificarea rolului și locul turismului în cadrul economiei naționale.	C1. Abordările actuale ale noțiunilor fundamentale din turism. C2. Locul și rolul turismului în economie. Rolul economic al turismului.	A1. Utilizarea conceptelor specifice economiei turismului.
UC3. Identificarea legăturilor dintre turism și alte domenii economice și sociale precum și cunoașterea și analiza factorilor de influență directă și decisivă asupra turismului.	C3. Factori care influențează activitatea turismului. Constrângeri ale dezvoltării turismului.	A2. Aprecierea factorilor de influență pozitivă și restrictivă asupra dezvoltării turismului.
UC4. Cunoașterea și aplicarea principalelor indicatori a circulației turistice cu ajutorul metodelor de înregistrare turistică, precum și identificarea formelor moderne ale circulației turistice.	C4. Criterii de clasificare a indicatorilor turistici. a) Indicatori macroeconomici. b) Indicatori microeconomici.	A3. Aplicarea indicatorilor de circulație turistică.
UC5. Cunoașterea structurii pieței turistice, identificarea și argumentarea particularităților pieței turistice precum și analiza indicatorilor de influență asupra pieței turistice.	C5. Structura și particularitățile pieței turistice. C6. Conținutul consumului turistic, particularitățile și determinanții cererii turistice. C7. Semnificații, particularitățile ofertei și producției turistice și determinanții ofertei turistice.	A4. Identificarea structurii pieții turistice. A5. Determinarea cererii și ofertei turistice.
UC6. Caracterizarea industriei serviciilor turistice și identificarea rolului serviciilor turistice în realizarea unui consum eficient.	C8. Clasificarea și caracteristicile serviciilor turistice. C9. Serviciul de transport turistic. C10. Conținutul serviciului de cazare turistică.	A6. Clasificarea serviciilor turistice după mai multe criterii. A7. Caracterizarea serviciului de transport turistice. A8. Caracterizarea serviciului de cazare turistică.

	<p>C11. Alimentația publică - componentă de bază a prestației turistice.</p> <p>C12. Serviciile de agrement. Serviciile turistice suplimentare.</p>	<p>A9. Caracterizarea serviciului de alimentație publică.</p> <p>A7. Caracterizarea serviciului de agrement.</p>
UC7. Explicarea specificului calității serviciilor și evidențierea căilor de îmbunătățire a calității serviciilor.	C13. Măsurarea și controlul calității serviciilor turistice. Îmbunătățirea calității în activitatea firmelor de servicii turistice.	A8. Aprecierea și îmbunătățirea calității serviciilor turistice.
UC8. Cunoașterea structurii prețului și aplicarea metodelor de calcul a prețului pentru diverse pachete turistice și identificarea factorilor ce pot influența formarea prețului	<p>C14. Noțiuni generale a prețului, funcțiile prețului, forme de prezentare.</p> <p>C15. Intervenția statului în politica de formare a prețului.</p> <p>C16. Metode de formare a prețului pentru produsele turistice.</p>	<p>A9. Explicarea funcțiilor și formelor prețului în turism.</p> <p>A10. Utilizarea eficientă a strategiilor de preț.</p>
UC9. Cunoașterea formelor de salarizare a personalului, aplicarea metodelor de calcul a salariului cu aplicarea scutirilor, impozitelor, taxelor din salariu.	C17. Forme de salarizare a personalului.	A11. Calcularea salariului cu aplicarea scutirilor, impozitelor și taxelor din salariu.
UC10. Determinarea nivelului și structurii veniturilor precum și efectuarea clasificării veniturilor comerciale după diverse criterii.	<p>C18. Veniturile unităților turistice: definirea și structura lor.</p> <p>C19. Noțiunea veniturilor din vânzări și importanța acestora.</p>	A12. Clasificarea veniturilor comerciale după mai multe criterii.
UC11. Determinarea nivelului și structurii cheltuielilor în turism și identificarea factorilor de influență asupra modificării nivelului și structurii cheltuielilor în turism.	<p>C20. Esența, nivelul și structura cheltuielilor în turism.</p> <p>C21. Clasificarea și componența cheltuielilor de circulație în turism.</p>	A13. Clasificarea cheltuielilor după mai multe criterii.
UC12. Diagnosticarea conceptului de marketing turistic ca necesitate în activitatea întreprinderilor.	<p>C22. Conceptul de marketing turistic și rolul lui în economia contemporană.</p> <p>C23. Marketingul serviciilor – domeniu distinct al marketingului.</p>	<p>A14. Utilizarea corectă a noțiunilor generale specifice disciplinei.</p> <p>A15. Delimitarea domeniilor marketingului.</p>
UC13. Descrierea caracteristicilor și stabilirea perspectivelor de dezvoltare ale marketingului turistic.	C24. Locul marketingului turistic în marketingul serviciilor.	A16. Identificarea locului marketingului turistic în marketingul serviciilor.

UC14. Evaluarea activității turistice prin utilizarea unor instrumente în sfera marketingului strategic.	C25. Procesul de dezvoltare a strategiilor de marketing turistic. C26. Etapele managementului strategic.	A17. Utilizarea termenilor specifici marketingului turistic: strategie, management strategic. A18. Descrierea etapelor managementului strategic.
UC15. Analizarea factorilor mediului de marketing turistic.	C27. Conceptul de mediu de marketing al firmei turistice. C28. Structura mediului de marketing al firmei turistice (mediul intern, mediul extern și mediul de legătură). C29. Analiza micromediului de marketing al firmei turistice. C30. Analiza macromediului de marketing al firmei turistice.	A19. Expunerea prin definire a conceptelor de bază. A20. Clasificarea tipurilor de medii de marketing. A21. Descrierea factorilor micromediului de marketing. A22. Descrierea factorilor macromediului de marketing.
UC16. Descrierea particularităților pieței turistice.	C31. Conceptul și trăsăturile specifice ale pieței turistice. C32. Structura pieței turistice. Căi de dezvoltare a pieței întreprinderii de turism. C33. Particularitățile pieței turistice.	A23. Definierea noțiunilor de „piață” și „piață turistică”. A24. Expunerea structurii pieței și a căilor de dezvoltare a acesteia. A25. Descrierea particularităților pieței turistice.
UC17. Evaluarea cererii turistice și a consumului turistic.	C34. Conceptul de cerere turistică. C35. Nevoile, consumul și motivația turistică.	A26. Definierea noțiunilor de „cerere turistică”. A27. Explicarea nevoilor de cumpărare a produselor turistice. A28. Descrierea motivației cumpărătorilor de servicii turistice.
UC18. Evaluarea ofertei și a producției turistice.	C36. Conceptul de ofertă turistică. C37. Caracteristicile ofertei turistice	A29. Definierea noțiunii de „ofertă turistică”. A30. Expunerea caracteristicilor ofertei turistice.
UC19. Descrierea particularităților ciclului de viață a produsului turistic.	C38. Ciclul de viață a produsului turistic.	A31. Reprezentarea ciclului de viață a produsului turistic.
UC20. Estimarea modalităților de abordare a segmentelor de piață.	C39. Conceptul și criteriile de segmentare a pieței turistice. C40. Obiectivele și etapele segmentării consumatorilor pe piața turistică.	A32. Selectarea criteriilor de segmentare a pieței turistice.

		A33. Schematizarea etapelor segmentării consumatorilor pe piața turistică.
UC21. Aprecierea metodelor și tehnicilor de cercetare a pieței turistice.	C41. Studiarea localizării pieței turistice. C42. Metodele de analiză a cererii turistice. C43. Studiarea ofertei turistice.	A34. Expunerea rolului studierii localizării pieței. A35. Identificarea metodelor de analiză a cererii turistice. A36. Expunerea metodelor de studiu a ofertei turistice.
UC22. Descrierea consumului și comportamentului consumatorului turistic.	C44. Conceptul de comportament al consumatorului turistic.	A37. Descriere conceptului de comportament al consumatorului turistic.
UC23. Diferențierea trăsăturilor ce caracterizează factorii de influență asupra comportamentului consumatorului turistic.	C45. Factorii de influență asupra comportamentului consumatorului turistic. C46. Procesul luării deciziei de cumpărare a consumatorului turistic.	A38. Selectarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului turistic. A39. Identificarea etapelor procesului luării deciziei de cumpărare a consumatorului turistic.
UC24. Descrierea etapelor de elaborare a mixului de marketing.	C47. Marketingul - mix ca instrument de promovare a politicii de marketing. C48. Structura mixului de marketing.	A40. Precizarea rolului mixului de marketing. A41. Expunerea structurii mixului de marketing.
UC25. Aprecierea rolului produsului turistic în cadrul mixului de marketing.	C49. Politica de produs, componentă a mixului de marketing.	A42. Descrierea politicii de produs ca componentă a mixului de marketing.
UC26. Realizarea unei analize pentru strategiile utilizate în politica de produs.	C50. Strategii utilizate în politica de produs. C51. Clasificarea și caracteristicile strategiilor utilizate în politica de produs.	A43. Identificarea strategiilor utilizate în politica de produs. A44. Categorizarea strategiilor utilizate în politica de produs.
UC27. Aprecierea rolului prețului în cadrul mixului de marketing turistic.	C52. Rolul prețului în mixul de marketing turistic. C53. Obiectivele politicii de preț. Factorii în stabilirea prețului.	A45. Definirea prețului drept componentă a mixului de marketing. A46. Expunerea obiectivelor politicii de preț și a factorilor în stabilirea prețului.
UC28. Realizarea unei analize pentru factorii principali în	C54. Alternative strategice în politica de preț.	A47. Clasificarea alternativelor strategice în politica de preț.

formarea prețului pentru produsul turistic.		
UC29. Aprecierea rolului promovării turistice.	C55. Promovarea turistică în contextul orientării de marketing.	A48. Explicarea rolului promovării turistice în contextul orientării de marketing.
UC30. Realizarea unei analize pentru campania și strategii promoționale utilizate de o firmă turistică.	C56. Campania promoțională a firmei turistice. Planificarea promoțională. C57. Strategii de promovare.	A49. Descrierea campaniei promoționale a firmei drept mod de promovare a pachetelor de servicii turistice. A50. Clasificarea strategiilor de promovare a produselor turistice.
UC31. Aprecierea rolului distribuției în turism.	C58. Conținutul și particularitățile distribuției în turism.	A51. Explicarea rolului distribuției turistice în contextul orientării de marketing.
UC32. Realizarea unei analize pentru canalele și rețele de distribuție utilizate în turism.	C59 Canalele și rețele de distribuție în turism. Categorii de intermediari. C60. Alternative strategice în politica de distribuție turistică.	A52. Schematizarea canalelor și rețelelor de distribuție în turism. A53. Clasificarea categoriilor de intermediari. A54. Diferențierea alternativelor strategice în politica de distribuție turistică.
UC33. Descrierea semnificațiilor managementului.	C61. Semnificațiile managementului ca: proces, funcție, grup de persoane, știință, artă, organ de conducere.	A55. Explicarea semnificațiilor managementului.
UC34. Aprecierea contribuției școlilor de management în evoluția acestuia.	C62. Școlile manageriale: a) Școala clasică universală b) Școala relațiilor umane c) Școala sistemelor sociale d) Școala cantitativă e) Școala situațională	A56. Stabilirea contribuției școlilor de management.
UC35. Distingerea nivelelor manageriale și explicarea atribuțiilor managerilor superiori, medii și inferiori. UC36. Diferențierea trăsăturilor de conducere a stilului democrat, autoritar și liberal.	C63. Nivelele manageriale: nivel strategic, tactic și operațional. Tipuri de manageri. C64. Stilurile de conducere.	A57. Elaborarea piramidei ierarhice manageriale. A58. Determinarea stilurilor optime de conducere.

<p>UC37. Estimarea modului de influență a fiecărui factor intern și extern asupra activității organizației.</p> <p>UC38. Realizarea unei analize proprii pentru o organizație concretă aplicând toți factorii externi și interni de influență.</p>	<p>C65 Mediul interior de activitate al organizației.</p> <p>C66. Mediul exterior de activitate al organizației.</p>	<p>A59. Identificarea factorilor de influență internă și externă asupra organizației.</p> <p>A60. Aprecierea nivelului de influență a factorilor interni și externi.</p>
<p>UC39. Aprecierea rolului procesului de comunicare în cadrul organizației.</p>	<p>C67. Elementele și etapele procesului de comunicare.</p> <p>C68. Bariere în procesul de comunicare.</p>	<p>A61. Identificarea elementelor și etapelor procesului de comunicare.</p> <p>A62. Determinarea impactului barierilor în procesul de comunicare.</p>
<p>UC40. Identificarea deciziilor manageriale conform criteriilor specific.</p> <p>UC41. Aplicarea metodelor de luare a deciziilor în diverse situații manageriale.</p>	<p>C69. Conținutul și tipologia deciziilor.</p> <p>C70. Metode și tehnici de luare a deciziilor.</p>	<p>A63. Clasificarea deciziilor după mai multe criterii.</p> <p>A64. Utilizarea eficientă a metodelor și tehnicilor de luare a deciziilor.</p>
<p>UC42. Conștientizarea rolului motivației salariaților în cadrul firmei și exemplificarea diverselor forme de motivare în baza teoriilor motivaționale.</p>	<p>C71. Definierea și tipologia motivării.</p> <p>Teoriile procesuale și conceptuale de motivare.</p>	<p>A65. Explicarea și aplicarea teoriilor procesuale și conceptuale de motivare.</p>
<p>UC43. Estimarea activității de control în cadrul firmei și identificarea corectă a acțiunilor în urma efectuării controlului.</p>	<p>C72. Tipuri și forme de control aplicate în întreprindere. Caracteristicile unui control eficient.</p>	<p>A66. Efectuarea unui control eficient.</p>
<p>UC44. Examinarea formelor de putere folosite de manageri și determinarea eficienței acestora.</p>	<p>C73. Tipurile de putere și de influență utilizate de manageri în organizație.</p>	<p>A67. Utilizarea eficiență și diferențiată a formelor de putere în cadrul unei organizații.</p>
<p>UC45. Stabilirea cauzelor și consecințelor conflictelor ce se pot isca în cadrul organizației și utilizarea adecvată a metodelor de soluționare a conflictelor.</p>	<p>C74. Metodele structurale și interpersonale de soluționare a conflictelor.</p>	<p>A68. Aplicarea eficientă și oportună a metodelor structurale și interpersonale de soluționare a conflictelor.</p>

<p>UC46. Identificarea rolului și specificul activității agențiilor de turism și cunoașterea Legii Nr.352-XVI cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice din 24.11.2006.</p>	<p>C75. Clasificarea agențiilor de turism și caracteristica acestora. C76. Rolul, funcțiile agenției de turism. C77. Rețelele de agenții de turism.</p>	<p>A69. Identificarea tipurilor de agenții de turism conform criteriilor de clasificare. A70. Determinarea funcțiilor agențiilor de turism.</p>
<p>UC47. Determinarea și cunoașterea actelor necesare pentru activitatea agenției de turism și a Legii Nr.451-XV cu privire la reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător din 30.01.2001.</p>	<p>C78. Acte normative aplicate în activitatea de turism. C79. Documente necesare pentru activitatea agenției de turism. C80. Licențierea activității de turism.</p>	<p>A71. Identificarea actelor legislative ce stau la baza activității de turism în Republica Moldova. A72. Selectarea actelor în baza cărora activează o agenție de turism. A73. Respectarea cerințelor privind eliberarea, suspendarea și retragerea licenței.</p>
<p>UC48. Identificarea subdiviziunilor unei agenții de turism și realizarea structurii organizatorice.</p>	<p>C81. Birourile, compartimentele și oficiile unei agenții de turism. C82. Model de structură organizatorică a unei agenții de turism din Republica Moldova.</p>	<p>A74. Selectarea acelor departamente care real funcționează în agenția de turism aleasă ca exemplu. A75. Elaborarea organigramei agenției de turism exemplu.</p>
<p>UC49. Respectarea legislației muncii în domeniul turismului și elaborarea unei fișe de post pentru un agent de turism.</p>	<p>C83. Particularitățile legislației muncii în turism. C84. Fișa de post al unui agent de turism.</p>	<p>A76. Cunoașterea particularităților de angajare, a contractului individual de muncă, contractului de răspundere materială, disciplina muncii, etc pentru un salariat din cadrul agenției de turism. A77. Elaborarea drepturilor, sarcinilor, responsabilităților și competențelor pentru un agent de turism ce vor fi incluse în fișa de post.</p>
<p>UC50. Cunoașterea Legii Nr.1569 cu privire la modul de introducere și scoatere a bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice din 20.12.2002.</p>	<p>C85. Introducerea și scoaterea bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice.</p>	<p>A78. Cunoașterea bunurilor și mijloacelor bănești ce pot fi scoase de pe teritoriul Republicii Moldova. A79. Identificarea bunurilor ce pot fi introduse pe teritoriul Republicii Moldova prin frontierele vamale de către persoanele fizice.</p>

UC51. Completarea voucherului turistic.	C86.Completarea voucherului turistic. C87. Aplicarea voucherului turistic.	A80. Descrierea tipurilor de vouchere aplicate pe teritoriul Republicii Moldova. A81. Completarea voucherului turistic.
UC52. Informarea cetățenilor străini cu privire la condițiile de intrare, ieșire, acordarea vizelor și eliberare a invitației pe teritoriul Republicii Moldova.	C88. Drepturile, obligațiile și condițiile de intrare și ieșire a străinilor pe teritoriul și de pe teritoriul Republicii Moldova. C89. Regimul acordării vizelor și invitațiilor.	A82. Cunoașterea condițiilor de intrare a străinilor în Republica Moldova. A83. Identificarea specificului tipului de vize A, B, C și D și cunoașterea condițiilor de solicitare a vizei. A84. Analizarea HG Nr.331 cu privire la eliberarea invitațiilor pentru străini din 05.05.2011.
UC53.Organizarea și desfășurarea activităților transport în cadrul agenției de turism conform acordului INTERBUS.	C90.Reglementarea activității de transport pe teritoriul Republicii Moldova. C91. Noțiuni privind transportul turistic. C92.Documente necesare pentru efectuarea transporturilor la comandă.	A85. Cunoașterea HG Nr.854 cu privire la Regulamentul transporturilor auto de călători și bagaje din 28.07.2006.
UC54. Delimitarea tipurilor de contracte utilizate de agenția de turism și completarea contractului turistic.	C93. Contractul Turistic încheiat între agenția de turism și clienți. C94. Contract de prestări servicii încheiat de agenția de turism cu furnizorii. C95. Contract de colaborare încheiat între agenția de turism și alte agenții.	A86. Respectarea clauzelor contractuale prevăzute de HG Nr.1470 cu privire la introducerea contractului turistic, voucherului touristic. A87. Analiza contractelor cu touroperatorii. A88. Delimitarea tipurilor de contracte folosite de agenția de turism.

Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:

1. Atenție și concentrare în procesul de executare a sarcinilor de lucru.
2. Abordare eficientă în diferite contexte de muncă.
3. Elemente de creativitate în executarea sarcinilor de lucru.
4. Conduită autonomă în situații de lucru corespunzătoare calificării solicitate.
5. Corectitudinea și coerența limbajului specific specialității.
6. Reziliență la stres.