

**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova**

**Colegiul Național de Comerț al ASEM**

Aprobată prin ordinul nr.40 din 21.04.2022

Director CNC al ASEM, Budurin – Furculiță Cristina



***PROGRAMA***  
***PENTRU EXAMENUL DE CALIFICARE***  
***NIVELUL 4 AL CNC***

**Programul de formare profesională tehnică: 101510 Turism**

**Calificarea: 422106 „Agent de turism” (calificare medie)**

**Chișinău, 2022**

**Programa a fost elaborată în baza următoarelor documente:**

- Planul de învățământ al specialității 101510 Turism, înregistrat cu nr.SC-51/16 din 05.07.2016;
- Standardul de pregătire profesională pentru calificarea 422106 ”Agent de turism (calificare medie)”, Anexa 5 al Planului de învățământ pentru specialitatea 101510 Turism;
- Curriculumul specialității 101510 Turism, calificarea 422106 ”Agent de turism (calificare medie)”, aprobat prin ordinul MECC nr. 337 din 02.04.2019;

**Autori:**

1. Budurin-Furculiță Cristina, profesoară de discipline economice, gr. didactic superior
2. Balan Mariana, profesoară de discipline economice, gr. didactic întâi

**Aprobată de Consiliul metodic – științific al  
Colegiului Național de Comerț al ASEM  
Proces – verbal nr. 07 din 21.04.2022**

Aprobată de Consiliul metodic – științific al  
Colegiului de Ecologie din Chișinău  
Proces – verbal nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

Aprobată de Consiliul metodic – științific al  
Colegiului Internațional de Administrare și Business  
Proces – verbal nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

Aprobată de Consiliul metodic – științific al  
Colegiului Agroindustrial din Rîșcani  
Proces – verbal nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

Aprobată de Consiliul metodic – științific al  
Centrul de Excelență în Viticultură și Vinificație din Chișinău  
Proces – verbal nr. \_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

## Structura Programei

<i>I. Preliminarii</i>	<i>4</i>
<i>II. Lista competențelor profesionale specifice</i>	<i>5</i>
<i>III. Obiectivele de evaluare</i>	<i>5</i>
<i>IV. Resurse bibliografice/ webografice</i>	<i>11</i>

## I. Preliminarii

Schimbările tot mai frecvente din viața socio-economică au influențat într-o măsură decisivă sistemul de învățământ. Modificările rapide ce intervin pe piața muncii impun procesului educațional o reacție promptă și pe potrivă la aceste variații, astfel încât să fie capabil să asigure cu forță de muncă calificată entitățile din toate sectoare economiei. Totodată conceptul învățământului preschimbat spre centrarea pe elev a transpus procesul de învățământ în unul centrat pe competențe și a evaluării raportată la criterii, prin posibilitatea de a confirma, de sine stătător, rezultatele învățării prevăzute de un anumit program de formare profesională. Astfel, elementul central, pentru realizarea competențelor profesionale specifice unui post de muncă, derivă din intercalarea cunoștințelor, competențelor și abilităților corespunzătoare unităților de conținut studiate. Absolvenții trebuie să fie capabili să demonstreze că pot să aplice cu succes și în mod consecvent la locul de muncă ceea ce au învățat pentru a realiza un produs sau un serviciu și a accede pe piața muncii. Totodată sistemul de învățământ trebuie să se dezvolte corelat cu formarea profesională continuă și învățământul superior, contribuind la asigurarea consecutivității în pregătirea profesională, pentru a oferi oportunități de învățare pe parcursul întregii vieți, trasee coerente de pregătire și condiții de progres în carieră, posibilitatea recunoașterii competențelor obținute în diferite contexte de învățare.

Unul dintre cei mai importanți factori care contribuie la încrederea publică în certificatele de calificare profesională este calitatea procesului de evaluare în urma căruia elevii obțin aceste certificate. De aceea, procesul de evaluare trebuie să fie în egală măsură riguros și corect, iar activitățile din cadrul acestuia trebuie să fie adecvate standardelor naționale elaborate pentru fiecare calificare. Credibilitatea oricărui sistem de evaluare depinde de realizarea unei evaluări valide, fidele și corecte, prin funcționarea unui sistem eficient de asigurare a calității. Evaluarea joacă un rol vital în procesul de asigurarea calității calificărilor profesionale.

În această ordine de idei, prezentul program pentru examenul de certificare, are drept scop să consemneze competențe profesionale ale unui absolvent de la programul de formare profesională tehnică 101510 *Turism* pentru obținerea certificatului de calificare profesională de nivelul 4, obținând calificarea de 422016 *"Agent de turism(calificare medie)"*. Certificarea elevilor-absolvenți se va realiza prin intermediul demonstrării cunoștințelor în scris în cadrul unei probe teoretice și practice. Dreptul de a susține examenul de calificare îl au candidații care au finalizat integral programul de formare profesională și au situația academică încheiată, care, în conformitate cu Regulamentul de organizare și desfășurare a examenului de calificare, pot fi admiși pentru susținerea probei de evaluare. Conținuturile pentru proba de evaluare vor fi elaborate respectând principiile de bază ale evaluării: validitate, credibilitate, transparență, echitate și accesibilitate. Totodată va asigura respectarea accesibilității, echității și incluziunii elevilor.

Conform planului de învățământ pentru specialitatea 101510 *Turism*, unitățile de curs care au fundamentat realizarea prezentului Program sunt: *Economia turismului, marketingul turistic, Managementul și Gestiunea agenției de turism*. Conținutul curricular al acestor unități de curs a servit drept bază pentru formularea competențelor specifice unui agent de turism, a unităților de competență, cunoștințelor și abilităților ce se vor regăsi în itemii de evaluare corespunzători probei teoretice și practice.

## **II. Lista competențelor profesionale specifice**

- CPS 1. Conceperea pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate;
- CPS 2. Organizarea activității de marketing și utilizarea instrumentelor de promovare a pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate;
- CPS 3. Aplicarea actelor legislative și normative în desfășurarea activității turistice;
- CPS 4. Efectuarea operațiunilor economico-financiare aferente vânzării pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate;
- CPS 5. Asigurarea managementului activităților care sunt desfășurate.

## **III. Obiectivele de evaluare**

### **CPS 1. Conceperea pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate**

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra ca posedă următoarele abilități:
UC1. Aplicarea criteriilor de evaluare a potențialului turistic a unei zone prin identificarea obiectivelor turistice.	C1. Metodologia privind zona turistică. C2. Criterii de evaluare a potențialului de dezvoltare turistică a unei regiuni. C3. Zona turistică a Republicii Moldova.	A1. Alegerea metodologiei optime privind zona turistică.  A2. Aplicarea indicatorilor și utilizarea criteriilor de evaluare a potențialului turistic.  A3. Recomandarea traseelor turistice conform zonării teritoriale.
UC2. Cunoașterea structurii pieței turistice, identificarea și argumentarea particularităților pieței turistice precum și analiza indicatorilor de influență asupra pieței turistice.	C4. Structura și particularitățile pieței turistice. C5. Conținutul consumului turistic, particularitățile și determinanții cererii turistice. C6. Particularitățile ofertei și producției turistice și determinanții ofertei turistice.	A4. Exemplificarea tipurilor de piață turistică.  A5. Specificarea caracteristicilor diferitor tipuri de piațe.  A6. Calcularea indicatorilor de evaluare a dimensiunilor pieței.
UC3. Caracterizarea industriei serviciilor turistice și identificarea rolului serviciilor turistice în realizarea unui consum eficient.	C7. Eficiența activității de cazare. C8. Eficiența activității de alimentație publică. C9. Eficiența activității de transport turistic. C10. Eficiența socială.	A7. Determinarea și gruparea serviciilor conform nevoii de consum. A8. Identificarea indicatorilor de eficiență a serviciilor. A9. Selectarea celei mai optime servicii pentru consumul turistic.

#### **Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:**

- Atitudinea 1. Apreciază rolul sectorului HORECA în dezvoltarea economică a țării;
- Atitudinea 2. Conștientizează importanța cunoașterii potențialului turistic național pe zone ale țării;
- Atitudinea 3. Conștientizează necesitatea planificării și conceperii pachetelor turistice;
- Atitudinea 4. Își asumă responsabilitate pentru dezvoltarea traseelor turistice naționale;
- Atitudinea 5. Deține abilități de ghid turistic pentru a prezenta logic, veridic, clar, structurat și accesibil informația turiștilor;
- Atitudinea 6. Denotă capacitatea de organizare și lucru în echipă;

Atitudinea 7. Manifestă deschidere în relațiile de comunicare cu colegii și turiștii, specialiștii din alte domenii de prestare a serviciilor;

Atitudinea 8. Se adaptează rapid și ușor la noile tehnologii și reforme în domeniul specific de activitate.

**CPS 2. Organizarea activității de marketing și utilizarea instrumentelor de promovare a pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate**

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra ca posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:
UC1. Analiza mediului de marketing al firmei.	C1. Conceptul de mediu de marketing al firmei turistice. C2. Structura mediului de marketing al firmei turistice (micromediul și macromediul).	A1. Analizarea factorilor mediului de marketing turistic. A2. Evaluarea oportunităților și obstacolelor precum și adaptarea eficientă a deciziilor de marketing în activitatea firmei turistice.
UC2. Aplicarea criteriilor de segmentare a pieței turistice.	C3. Criteriile de segmentare a pieței turistice. C4. Modalități de abordare a segmentelor de piață. C5. Etapele segmentării consumatorilor pe piața turistică.	A3. Realizarea unei analize proprii pentru fiecare segment de consumatori pe piața turistică. A4. Estimarea modalităților de abordare a segmentelor de piață.
UC3. Aprecierea pieței turistice prin prisma ciclului de viață al produselor turistice.	C6. Metodele de analiză a cererii turistice: metodele de analiză; metodele de estimare indirectă; metodele de studiere directă. C7. Ciclul de viață al produsului turistic	A5. Aprecierea metodelor și tehnicilor de cercetare a pieței turistice. A6. Diferențierea metodelor de analiză a cererii și ofertei turistice.
UC4. Evaluarea comportamentului consumatorului agenției de turism în decizia de consum.	C8. Factorii de influență asupra comportamentului consumatorului turistic. C9. Procesul luării deciziei de cumpărare a consumatorului turistic.	A7. Descrierea consumului și comportamentului consumatorului turistic. A8. Diferențierea trăsăturilor ce caracterizează factorii de influență asupra comportamentului consumatorului turistic
UC5. Distingerea strategiilor de marketing.	C10. Politică, strategie și tactică de marketing. C11. Tipologia strategiilor de piață. C12. Etapele parcurse pentru elaborarea strategiei de marketing turistic.	A9. Aprecierea rolului strategiei de marketing în cadrul întreprinderii turistice. A10. Descrierea strategiilor și tacticilor de marketing utilizate de întreprinderile turistice.
UC6. Atribuirea strategiilor de marketing corespunzător politicilor de preț, produs, plasament și promovare	C13. Structura mixului de marketing. C14. Politica de produs și strategii privind comercializarea produselor turistice. C15. Conținutul și strategiile politicii de preț. C16. Planificarea promoțională și strategii de promovare. C17. Canalele și rețele de distribuție în turism. Categoriile de intermediari.	A11. Descrierea etapelor de elaborare a mixului de marketing. A12. Realizarea unei analize proprii pentru strategiile utilizate în politica de produs. A13. Realizarea unei strategii pentru formarea prețului produsului turistic. A14. Realizarea unei analize pentru campania și strategii promoționale utilizate de o firmă turistică. A15. Realizarea unei analize pentru canalele și rețele de distribuție utilizate în turism.

**Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:**

Atitudinea 1. Conștientizează necesitatea promovării industriei turismului și a potențialului turistic național;

Atitudinea 2. Conștientizează importanța comunicării profesionale, în limba maternă și în limbile moderne de circulație internațională.

**CPS 3. Aplicarea actelor legislative și normativelor în desfășurarea activității turistice**

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:
UC1. Respectarea prevederilor Legii Nr.352-XVI cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice din 24.11.2006.	C1. Termenii specifici utilizați în activitatea turistică. C2. Clasificarea agențiilor de turism și caracteristica acestora. C3. Rolul, funcțiile agenției de turism. Rețelele de agenții de turism.	A1. Selectarea termenilor specifici utilizați în activitatea agenției de turism. A2. Identificarea tipurilor de agenții de turism conform criteriilor de clasificare. A3. Determinarea funcțiilor agențiilor de turism. A4. Descrierea avantajelor și dezavantajelor rețelelor de agenții de turism.
UC2. 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.	C4. Noțiuni de bază privind modul de trecere peste frontiera vamală a Republicii Moldova de către persoanele fizice. C5. Prevederile legale privind introducerea și scoaterea bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice.	A5. Selectarea unor noțiuni de bază cu privire la legislația vamală a Republicii Moldova. A6. Cunoașterea bunurilor și mijloacelor bănești ce pot fi scoase de pe teritoriul Republicii Moldova. A7. Identificarea bunurilor ce pot fi introduse pe teritoriul Republicii Moldova prin frontierele vamale de către persoanele fizice.
UC3. Informarea cetățenilor străini cu privire la condițiile de intrare, ieșire, acordarea vizelor și eliberare a invitației pe teritoriul R. Moldova.	C6. Noțiuni de bază conform legii Nr.200 cu privire la regimul străinilor în Republica Moldova din 16.02.2010 C7. Drepturile, obligațiile și condițiile de intrare a străinilor pe teritoriul Republicii Moldova C8. Nepermiterea, interdicția și ieșirea de pe teritoriul Republicii Moldova C9. Regimul acordării vizelor și invitațiilor	A8. Determinarea drepturilor și obligațiilor străinilor pe teritoriul Republicii Moldova. A9. Cunoașterea condițiilor de intrare a străinilor în Republica Moldova. A10. Stabilirea duratei de interdicție de intrare în Republica Moldova. A11. Identificarea specificului tipului de vize și cunoașterea condițiilor de solicitare a acestora. A12. Analizarea HG Nr.331 cu privire la eliberarea invitațiilor pentru străini din 05.05.2011.
UC4. Organizarea și desfășurarea activităților transport în cadrul agenției de turism conform acordului INTERBUS.	C10. Reglementarea activității de transport pe teritoriul Republicii Moldova. C11. Documente necesare pentru efectuarea transporturilor la comandă.	A13. Cunoașterea HG Nr.854 cu privire la Regulamentul transporturilor auto de călători și bagaje din 28.07.2006. A14. Pregătirea pachetului de documente necesare pentru efectuarea transportului de călători. A15. Determinarea condițiilor de efectuare a transportului auto internațional în baza acordului INTERBUS.
UC5. Delimitarea tipurilor de contracte utilizate de agenția de turism și completarea contractului turistic.	C12. Contractul de servicii turistice (de călătorie) încheiat de organizatorul călătoriei și călător. C13. Contractul de colaborare încheiat de Agenția de turism cu prestatorii de servicii turistice. C14. Contractul privind	A16. Respectarea clauzelor contractuale prevăzute de HG Nr.1470 cu privire la introducerea contractului de servicii turistice (de călătorie) din 27.12.2001. A17. Delimitarea tipurilor de contracte folosite de agenția de turism.

comercializarea pachetelor de servicii de călătorie încheiat de agenția organizatoare cu agenția de turism intermediară.

**Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:**

Atitudinea 1. Își asumă responsabilitatea pentru deciziile luate în activitatea sa;

Atitudinea 2. Promovează prevederile cadrului normativ și legislativ în activitatea desfășurată;

Atitudinea 3. Apreciază importanța reglementărilor legislative în scopul prestării serviciilor calitative și a optimizării imaginii în fața turiștilor;

Atitudinea 4. Apreciază importanța actualizării cadrului legislativ național și internațional în scopul informării veridice a turiștilor;

Atitudinea 5. Asigură protecția datelor cu caracter personal.

Atitudinea 6. Manifestă responsabilitate în completarea și păstrarea documentației solicitate.

**CPS 4. Efectuarea operațiunilor economico-financiare aferente vânzării pachetelor de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate**

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:
UC1. Aplicarea indicatorilor circulației turistice cu ajutorul metodelor de înregistrare turistică, precum și identificarea formelor moderne ale circulației turistice.	C1. Clasificarea și aplicarea indicatorilor turistici. C2. Metode de obținere a informației statistice din domeniul turistic.	A1. Evaluarea activității turistice prin totalizarea indicatorilor statistici.  A2. Recomandarea celor mai eficiente metode de obținere a informației statistice.
UC2. Cunoașterea sistemelor de impozite și taxe și modalități de aplicare, control a impozitelor în activitatea turistică, operarea cu mecanismul de calcul și declarare a impozitului.	C3. Impozitele directe. Influența acestora în activitatea turistică. C4. Impozitele indirecte. Influența acestora în activitatea turistică.	A3. Distingerea surselor de venit impozabile și neimpozabile ale entității. A4. Delimitarea cheltuielilor nedeductibile și limitate fiscal. A5. Calcularea impozitului pe venit aferent activității de întreprinzător. A6. Determinarea obligațiilor fiscale aferente TVA.
UC3. Aplicarea metodelor de calcul a prețului pentru diverse pachete de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate și identificarea factorilor ce pot influența formarea prețului.	C5. Metode de formare a prețului pentru produsele turistice. C6. Factori de fundamentare și modificare a prețului.	A7. Identificarea consumurilor privind formarea pachetului de servicii de călătorie. A8. Utilizarea și aplicarea celei mai eficiente metode de calcul al prețului. A9. Calcularea prețului pachetului de servicii de călătorie și a serviciilor de călătorie asociate. A10. Estimarea impactului factorilor asupra formării și modificării prețului.
UC4. Cunoașterea metodelor de calcul a salariului cu aplicarea scutirilor, impozitelor, taxelor din salariu.	C7. Forme de salarizare a personalului. C8. Recompensarea directă și indirectă a personalului din turism.	A11. Calcularea și înregistrarea impozitului pe venit reținut din plățile salariale. A12. Calculul contribuțiilor de asigurări sociale și medicale de stat la entitate în funcție de categoria de plătitori și asigurați. A13. Aplicarea scutirilor conform normelor fiscale pentru diferite categorii de beneficiari.

UC5.Determinarea performanțelor entității prin prisma examinării etapelor procesului de analiză economico-financiară.	C9.Analiza structurală și factorială a veniturilor din vânzări. C10.Clasificarea și componența cheltuielilor de circulație în turism. C11.Factori de influență asupra modificării nivelului și sumei cheltuielilor în turism C12.Repartizarea profitului. Conținutul și indicatorii rentabilității.	A14.Operarea cu indicatorii economico-financiari reflectați în situațiile financiare. A15.Calcularea indicatorilor economici din activitatea operațională și din alte activități. A16.Calcularea influenței factorilor respectivi asupra modificării indicatorilor. A17.Deducerea rezervelor existente la entitate cu privire la sporirea indicatorilor de profit.
---	---	---

**Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:**

Atitudinea 1. Conștientizează necesitatea planificării veniturilor și cheltuielilor aferente activității desfășurate;

Atitudinea 2. Își asumă responsabilitatea pentru deciziile luate în calcularea prețului pachetului de servicii de călătorie și serviciilor de călătorie asociate;

Atitudinea 3. Promovează prevederile cadrului normativ și legislativ în rezolvarea problemelor profesionale;

Atitudinea 5. Apreciază importanța analizei informațiilor economico-financiare în scopul eficientizării activității desfășurate;

Atitudinea 6. Asigură confidențialitatea informațiilor și datelor;

Atitudinea 7. Perceperea modului de calculare a salariului și a contribuțiilor aferente acestuia.

**CPS 5. Asigurarea managementul activităților care sunt desfășurate**

Unități de competență	Obiective de evaluare	
	Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:	Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:
UC1.Desfășurarea activităților conform specificului nivelului managerial, categoriei de manageri și a stilului de conducere.	C1.Semnificațiile noțiunilor de bază ale managementului. C2.Particularitățile nivelurilor manageriale: strategic, funcțional și operațional. C3.Activitățile specifice managerilor superiori, medii și inferiori. C4.Characteristica stilurilor de conducere: autoritar, democrat și liberal.	A1.Determinarea tipului de activități specifice postului și nivelului managerial atribuit. A2.Utilizarea trăsăturilor de conducere a stilului managerial selectat. A3.Gestionarea eficientă a resurselor: materiale, umane, informaționale și financiare.
UC2.Gestionarea corectă a resursei informaționale în cadrul firmei precum și optimizarea procesului decizional.	C5.Elementelor sistemului informațional și clasificarea informației. C6.Elementele și etapele procesului de comunicare. C7.Barierele interpersonale și organizaționale ce pot perturba procesul de comunicare. C8.Tipurile de decizii.	A4.Detectarea rolului procesului de comunicare în cadrul organizației. A5.Simularea procesului de comunicare pe nivele manageriale. A6.Ordonarea componentelor procesului de comunicare. A7.Separarea deciziilor manageriale conform criteriilor specifice A8.Recomandarea metodelor de luare a deciziilor în diverse situații manageriale. A9.Reproducerea procesului decizional în diverse situații.

<p>UC3.Estimarea influenței factorilor interni și externi asupra activității organizației prin aplicarea matricei SWOT.</p>	<p>C9.Factorii mediului intern de activitate ai organizației C10.Factorii mediului extern direct și indirect de influență asupra organizației C11.Matricea SWOT: cadranele și strategiile specifice.</p>	<p>A10.Categorisirea factorilor mediului de influență. A11.Aprecierea modului de influență a factorilor interni și externi de influență asupra firmei. A12.Formularea punctelor tari, slabe, pericolelor și oportunităților. A13.Deducerea cadranelor și strategiei de acțiune a firmei în baza matricei SWOT.</p>
<p>UC4.Desfășurarea activităților de planificare, organizare, motivare și control asupra resurselor gestionate.</p>	<p>C12.Esența și importanța planificării activității organizației. C13.Tipurile de planuri cu caracteristică corespunzătoare. C14.Strategiile de creștere, stabilitate și descreștere aplicate în cadrul organizației C15.Elementele organigramei. C16.Tipurilor de motivare, recompense și sancțiuni. C17.Teorile procesuale și conceptuale de motivare. C18.Tipuri de control și caracteristică acestora C19.Caracteristicile unui control eficient.</p>	<p>A14.Distingerea planurilor strategice, tactice și operaționale și identificarea relației dintre acestea. A15.Deducerea tipului de strategie necesar a fi aplicat în diverse situații parvenite în organizație. A16.Distingerea recompenselor și sancțiunilor pe forme de motivare. A17.Deducerea utilității teoriilor motivaționale pentru procesul managerial. A18.Aprecierea necesității și utilității controlului în procesul de gestiune al organizației. A19.Conchiderea acțiunilor ulterioare efectuării controlului.</p>
<p>UC5.Diferențierea particularităților formelor de putere și a tipurilor de conflicte</p>	<p>C20.Tipurilor de putere și de influență utilizate de manageri în organizație C21.Consecințele funcționale și disfuncționale ale conflictelor asupra organizației. C22.Metodele structurale și interpersonale de soluționare a conflictelor în organizație.</p>	<p>A20.Evaluarea avantajelor și dezavantajelor formelor de putere și influență. A21.Estimarea consecințelor conflictelor asupra activității organizației. A22.4.Alegerea metodelor de soluționare a conflictelor în diverse ipostaze.</p>

***Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul:***

- Atitudinea 1. Își asumă responsabilitatea pentru deciziile luate în activitatea sa;
- Atitudinea 2. Manifestă deschidere în relațiile de comunicare;
- Atitudinea 3. Manifestă inițiativă și perseverență;
- Atitudinea 4. Generează soluții la problemele apărute;
- Atitudinea 5. Adoptă elemente de creativitate în executarea sarcinilor de lucru;
- Atitudinea 6. Abordează critic și creativ conflictele apărute;
- Atitudinea 7. Manifestă dorința de a implementa experiențele de învățare.

#### IV. Resursele bibliografice/ webografice

1. Legea Nr.352-XVI cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice, 24.11.2006 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=25435&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=25435&amp;lang=ro</a>	online
2. Legea Nr.451-XV cu privire la reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător, 30.01.2001 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=94722&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=94722&amp;lang=ro</a>	online
3. Codul Muncii al Republicii Moldova Nr.154-XV, 28.03.2003 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=113032&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=113032&amp;lang=ro</a>	online
4. Legea Nr. 1569 cu privire la modul de introducere și scoatere a bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice, 20.12.2002 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=108665&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=108665&amp;lang=ro</a>	online
5. Hotărârea Guvernului Nr.1470 cu privire la introducerea contractului turistic, voucherului turistic și a fișei de evidența statistică a circulației turiștilor la frontiera Republicii Moldova, 27.12.2001 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=85499&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=85499&amp;lang=ro</a>	online
6. Hotărârea Guvernului Nr.854 cu privire la regulamentul transportului auto de călători și bagaje, 28.07.2006 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=62274&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=62274&amp;lang=ro</a>	online
7. Hotărârea Guvernului Nr.331 cu privire la eliberarea invitațiilor pentru străini, 05.05.2011 <a href="https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=20418&amp;lang=ro">https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=20418&amp;lang=ro</a>	online
8. Strategia de dezvoltare a turismului "Turism 2020" , ordinul nr. 1065 din 02.09.2003. <a href="https://mecc.gov.md/ro/content/strategia-de-dezvoltare-turismului-turism-2020">https://mecc.gov.md/ro/content/strategia-de-dezvoltare-turismului-turism-2020</a>	online
9. Cosmescu Ioan "Economia Turismului" <a href="https://ro.scribd.com/doc/263931991/Economia-turismului-pdf">https://ro.scribd.com/doc/263931991/Economia-turismului-pdf</a>	online
10. Titlul II Impozitul pe venit, Titlul III Taxa pe valoare adăugată. <a href="https://sfs.md/ro/pagina/codul-fiscal">https://sfs.md/ro/pagina/codul-fiscal</a>	online
11. Băcanu B., "Management strategic în turism, Concepte și studii de caz", Editura POLIROM, 2009	Biblioteca CNC al ASEM
12. Militaru G., "Managementul serviciilor", Editura C.H. Beck, București, 2010	Biblioteca CNC al ASEM
13. Bucur-Sabo Mariana, „Marketing turistic”, Ed. Erecson, București, 2006.	Biblioteca CNC al ASEM
14. Stăncioiu A-F., “Strategii de marketing în turism”, Ed. Economică, București, 2004.	Biblioteca CNC al ASEM
15. Stăncioiu A-F., ș.a. “Planificarea de marketing în turism”, Ed. Economică, București, 2005.	Biblioteca CNC al ASEM
16. Diaconu Mihaela, ș.a. “Marketing în turism”, Ed. Independența Economică, Pitești, 2003.	Biblioteca CNC al ASEM

17. Gherasim, T., Gherasim, D. „Marketing turistic”, Ed. Economica, București, 1999	Biblioteca CNC al ASEM
18. Dumitrescu Luigi, „Marketingul serviciilor ”, Ed. Imago, Sibiu, 1998	Biblioteca CNC ASEM
19. Snak O., „Managementul serviciilor în turism”, Academia Română de Management, București, 1994.	Biblioteca CNC al ASEM și ASEM
20. Minciu R., Stanciulescu G., Ionica M., „Economia serviciilor” – Editura Uranus, Bucuresti,1997.	Biblioteca CNC al ASEM și ASEM
21. Lupu Nicolae, „Hotelul –Economie și management”, ediția a VI-a, Editura C.H.Beck, 2019	Biblioteca CNC al ASEM și ASEM
22. Stanciulescu Gabriela, ”Tehnica operațiunilor de turism”,ediția a II-a, Editura All, Bucuresti,1998	Biblioteca ASEM
23. Putz E., Pirjol F., Economia turismului”, Editura Mirton, Timișoara, 1996.	Biblioteca ASEM
24. Emilian R.,„Managementul serviciilor”, Universitatea Creștina ”D.Cantemir”, București, 1994.	Biblioteca ASEM
25. Olteanu V., Cetina I.,”Marketingul serviciilor”,Editura Expert, București, 1994.	Biblioteca ASEM
26. Lupu N. „Gestiunea activităților de turism”, Univ.Crestina “Dimitrie Cantemir“, Facultatea de Management Turistic si Comercial, Bucuresti ,1994.	Biblioteca ASEM
27. Snak O. ,”Economia industriei turistice”, Editura Eden, București,1993.	Biblioteca ASEM
28. Nicolescu R.,”Serviciile în turism-alimentatia publica”, Editura Sport–Turism, București , 1988	Biblioteca ASEM
29. Burlacu N., Cojocaru V., ”Management”, Chișinău, ASEM 2000	Biblioteca CNC al ASEM
30. Ilieș L., Mortan M., ”Management”, Cluj Napoca: Editura Cluj Napoca, 2008	Biblioteca CNC al ASEM
31. Burlacu N., Graur E.,”Bazele managementului”, curs universitar. Chișinău: ASEM. 2006	Biblioteca CNC al ASEM
32. Nicolescu O., ”Management”, București 1998	Biblioteca CNC al ASEM
33. Serduni S., ”Management” Note de curs, Chișinău, ASEM 2010	Biblioteca CNC al ASEM
34. Nicolescu O., Verboncu I. ”Fundamentele managementului organizației”, ASE București	Biblioteca CNC al ASEM
35. Cotelnic A., Nicolaescu M., Cojocaru V. ”Management în definiții, scheme și formule”, Chișinău ASEM 1998	Biblioteca CNC al ASEM