

**FICHE de la DISCIPLINE****1. Données sur le programme**

1.1. Institution d'enseignement supérieur	Université „Alexandru Ioan Cuza“ de Iași
1.2. Faculté	Faculté de Géographie et Géologie
1.3. Département	Département de Géographie
1.4. Domaine d'études	Géographie
1.5. Cycle d'études	Master
1.6. Programme d'études/Qualification	Tourisme et développement régional (filiale francophone)
1.7. Série d'étude	2020-2021
1.8. Code de la discipline	JFTD2406

2. Données sur la discipline/matière

2.1. Nom de la discipline		ORGANISATION DES SERVICES HOTELIERS					
2.2. Titulaire des activités de cours		LECT. UNIV. DR. MIHAI BULAI					
2.3. Titulaire des activités de travaux dirigés		LECT. UNIV. DR. MIHAI BULAI					
2.4. Année d'études	2	2.5. Semestre	4	2.6. Type d'évaluation*	P+C	2.7. Régime de la discipline**	OB

* P – Éval. continue (parcours) / E – Examen / C – Colloque

** OB – Obligatoire / OP – Optionnel / F - Facultatif

3. Durée totale estimée (nombre d'heures par semestre et par activités didactiques)

3.1. No d'heures par semaine	3	dont: 3.2. cours	1	3.3. travaux dirigés	2
3.4. No total d'heures dans le plan d'enseignement	42	dont: 3.5. cours	14	3.6. travaux dirigés	28
Distribution du budget de temps (heures)					
Étude par manuel, support de cours, bibliographie et autres.					37
Documentation supplémentaire en bibliothèque, sur les plates-formes électroniques de spécialité et en terrain					37
Préparation des séminaires/laboratoires, devoirs, comptes rendus, portfolios et essais					27
Tutorat / Consultations					20
Examens					5
Autres activités					-
3.7. No total d'heures d'étude individuelle					126
3.8. No total d'heures par semestre					168
3.9. No total de crédits					6

4. Préconditions (le cas échéant)

4.1. De curriculum	Géographie du tourisme (I), Management des activités touristiques (II), Marketing touristique (II)
4.2. De compétences	Compétences d'anglais appliqué en tourisme, Connaissances de base en l'utilisation de l'ordinateur.

5. Conditions (le cas échéant)

5.1. De déroulement du cours	Amphithéâtre, internet, E-learning, vidéoprojecteur, matériaux cartographiques, support de cours etc.
------------------------------	---



5.2. De déroulement du séminaire/laboratoire	Laboratoire avec ordinateurs, accès Internet Explorer (sites de réservation des hôtels ou location de voitures), matériaux cartographiques en ligne – Google Earth & Maps, visites et pratique dans les structures hôtelières, cahier travaux pratiques
--	---

6. Compétences spécifiques accumulées

6.1. Compétences professionnelles	<p>C1 = 0,75 crédits: Capacité d'identification, analyse, évaluation et solution des problèmes d'intérêt général du sous-domaine de la Géographie du Tourisme par le déroulement de certaines démarches conformes aux principes méthodologiques et théoriques spécifiques.</p> <p>C2 = 1,00 crédits : Capacité de dérouler des actions spécifiques des activités touristiques et du développement régional: création et commercialisation des produits touristiques, analyse et consulting touristique, gestion des affaires du domaine touristique, coordination des activités de profil de l'administration publique, analyse, consulting et expertise dans le cadre des bureaux de profil de l'administration publique.</p> <p>C3 = 1.50 crédits: Capacité d'entreprise, de mener des affaires du type PME ("IMM") dans le domaine du tourisme (pensions/gîtes (agro-)touristiques, agences de tourisme, bureaux d'information et publicité touristique, hôtellerie, infrastructure d'animation, tour-opérateur etc.)</p> <p>C4 = 0,50 crédits: Capacité de dérouler des activités de recherche-développement spécifiques au sous-domaine Géographie du Tourisme dans des institutions publiques ou privées.</p> <p>C5 = 0,75 crédits: Capacité d'élaborer des études et des rapports publiables ou applicables professionnellement dans le domaine de la Géographie.</p>
6.2. Compétences transversales	<p>CT1 = 0,5 crédits: Capacité d'application créative en pratique des connaissances théoriques, des techniques et méthodes de recherche et solution de problèmes spécifiques au domaine de la Géographie.</p> <p>CT2 = 0,5 crédits: Capacité d'agir de façon indépendante et créative dans l'approche et la solution des problèmes spécifiques au domaine des sciences géographiques, d'évaluer de façon objective et constructive des situations critiques, de résoudre les problèmes de façon créative et de communiquer les résultats en utilisant la démonstration</p> <p>CT3 = 0,5 crédits: Capacité de conduire des groupes de travail et de communiquer dans des contextes les plus diverses.</p>

7. Objectifs de la discipline/matière (extraits de la grille de compétences spécifiques accumulées)

7.1. Objectif général	Acquisition des compétences professionnelles et transversales, en accord avec le spécifique de la discipline, conformément aux qualifications prévues dans le Registre National des Qualifications de l'Enseignement Supérieur (RNCIS) pour la spécialisation Tourisme et Développement Régional.
7.2. Objectifs spécifiques	<p>En terminant avec succès la matière, les étudiants seront capables de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la structure et le fonctionnement d'un hôtel ▪ Comprendre le produit complexe mis en marché par un hôtel, les carences sur le marché hôtelier roumain ▪ Réaliser une réservation de chambre d'hôtel et d'une voiture à location dans un programme spécifique ▪ Analyser l'évolution des indicateurs de demande et offre d'un hôtel (analyse statistique hôtelière) ▪ Connaître les nécessités complexes de la clientèle hôtelière ▪ Elaborer une stratégie de redressement d'un hôtel avec des problèmes financiers ▪ Connaître les opérations de base dans tous les Départements hôteliers

8. Contenu

8.1.	Cours	Méthodes d'enseignement	Observations (heures et références bibliographiques)
1.	Introduction dans la thématique du cours	Conférence	Ref. Princ [1], pp 3-80
2.	Management de l'hospitalité – considérations théoriques	Explication, étude de cas, conversation euristique	Réf. Princ. [2] pp. 3-21, [3]



3.	Le produit hôtelier – partie intégrante du produit touristique	Conférence	Réf. Princ. [5] pp.9-28
4.	Les services hôteliers et la qualité des services d'hébergement	Conférence, débat	Réf. Princ. [5] pp.110-116
5.	La typologie (selon la INSSE) et l'architecture des aménagements hôteliers - volumétrie, chromatique, sites, matériaux de construction etc.	Investigation, Conférence	Réf. Supplém. [1]
6.	Critères de classification des structures hôtelières	Analyse, Investigation	Site-ul ministerului... Réf. Princ. [3], 108-116
7.	Management des ressources humaines, étiquette et étiquette professionnelle dans les services hôteliers, comportement du personnel	Conférence	Réf. Princ. [2] pp.237-287 Réf. Princ. [3] pp. 302-313
8.	Structura des départements <i>Front office / Accueil</i> (réception, bureaux, administration) et <i>Housekeeping / Ménage</i> (nettoyage, refaire les chambres, blanchisserie).	Conférence	Réf. Princ. [3] pp.195-299
9.	Structura des départements <i>Food & Beverages / Nourriture et boissons</i> (le bar, le restaurant) et <i>Kitchen / Cuisine</i> (l'art culinaire, gastronomie, gestion et propreté des ustensiles)	Conférence	Réf. Princ. [3] pp.195-299
10.	Structura des départements <i>Conferences and Events / Conférences et Évènements</i> , <i>Sales/Ventes</i> et <i>Other services/Autres services</i> (organisation des évènements, création de produits personnalisés, marketing, hosting, relation avec les clients, ventes de produits, services de loisir et spa intra-hôtelières etc.)	Conférence	Réf. Princ. [3] pp.195-299
11.	Typologie et comportement des consommateurs	Explication, conversation euristique	Réf. Princ. [1], pp 161-174
12.	Le Marketing hôtelier – segmentation du marché, commercialisation des produits hôteliers	Explication, conversation euristique	Réf. Princ. [3], pp.65-91, 301-373, [5], pp 51-109
13.	Image de marque (brand) des structures hôtelières, politique de la communication – principes généraux	Explication, conversation euristique, étude de cas	Réf. Princ. [1], pp. 426-430
14.	Grands réseaux hôteliers internationaux – distribution géographique, structure, stratégie	Conférence	Réf. Princ. [1], pp. 71-81 Réf. Princ. [2], pp.59-65

Bibliographie**Références principales :**

1. Barma, J.L. (2004). Marketing du tourisme et de l'hotellerie, Ed. D'Organisations, Paris
2. Clarke, A., Chen, W. (2007). International Hospitality management – concepts and cases, Oxford
3. Lupu, N. (2003). Hotelul – economie și management, ed. a IV-a, Ed. All Beck, București
4. Niță, V., Butnaru, G.I. (2008). Gestiune hotelieră, Ed. Tehnopress, Iași
5. Bucur-Sabo, M. (2006). Marketing turistic , Ed. Irecson, București

8.2.	Séminaire / Laboratoire	Méthodes d'enseignement	Observations (heures et références bibliographiques)
1.	Présentation orale des expériences personnelles et professionnelles de l'étudiant	Dialogue	2 ore



2.	Rencontre – dialogue avec un représentant d'une structure hôtelière de Iasi	Conférence	2 ore
3.	Étude de la position et de l'emplacement des structures d'hébergement de la Zone Métropolitaine Iasi / ZMI	Étude de cas	2 ore, Réf. Supplém. [4]
4.	Évaluation de la qualité du service d'un certain hôtel par la méthode <i>mysterious customer / mystery shopping</i>	Étude de terrain	Réf. Princ. [5] pp 110-116
5.	Réservation d'une chambre sur les sites officiels des hôtels et sur les plates-formes de réservation (Booking.com)	Travail à l'ordinateur	Réf. Supplém. [3]
6.	Analyse comparative des standards hôteliers (dotations, aménités, conditions générales)	Étude de cas	Réf. Princ. [3], 108-116 Réf. Supplém. [5],
7.	Fonctions hôtelières, profil du poste, Règlement interne	Conférence, problématisation, schématisation	Réf. Princ. [3], 289-300
8.	Opérations de réception et gestion de l'étage – études de cas, application pratique	Application pratique	Réf. Princ. [3] pp.195-299
9.	Operations de service aux consommateurs - études de cas, application pratique	Application pratique	Réf. Princ. [3] pp.195-299
10.	Operations d'organisation d'évènements - études de cas, application pratique	Application pratique	Réf. Princ. [3] pp.195-299
11.	Analyse des données statistiques de la demande – saisonnalité, arrivées, nuitées, durée moyenne du séjour, degré d'occupation etc. (de façon évolutive et diachronique).	Analyse et interprétation	Réf. Supplém. [1]
12.	Fonction commerciale – adaptation de l'offre au client, offres spéciales, tarif, information touristique, fidélisation	Débat	Réf. Princ. [5] pp 89-108
13.	Études de cas – Stratégie de marché d'un hôtel (Hôtel du Pays de la Loire)	Étude de cas	Réf. Princ. [1], pp 393-396
14.	Études de cas – Stratégie d'un hôtel – Ibis Cambronne Tour Eiffel	Étude de cas	Réf. Princ. [1], pp 283-299

Bibliographie**Références principales :**

1. Barma, J.L. (2004). Marketing du tourisme et de l'hôtellerie, Ed. D'Organisations, Paris
2. Clarke, A., Chen, W. (2007). International Hospitality management – concepts and cases, Oxford
3. Lupu, N. (2003). Hotelul – economie și management, ed. a IV-a, Ed. All Beck, București
4. Niță, V., Butnaru, G.I. (2008). Gestiune hotelieră, Ed. Tehnopress, Iași
5. Bucur-Sabo, M. (2006). Marketing turistic, Ed. Irecson, București

Références supplémentaires :

1. Base de donnée Tempo En Ligne de l'Institut National de Statistique, www.INSSE.ro
2. Militaru, Gh. (2010). Managementul Serviciilor, ed. C.H.Beck, București
3. Sites de réservations hôtelières (www.booking.com) ou de promotion des structures hôtelières (www.turistinfo.ro, www.viaromania.eu etc.)
4. Sites de cartographie en ligne "Google Maps" - maps.google.com
5. Normes méthodologiques de classification des hôtels en Roumanie
http://www.apdrp.ro/uploads/Ordinul_MDRT_nr_1051-03_03_2011_-_Norme_metodologice.pdf

9. Corroboration du contenu de la discipline avec les attentes des représentants de la communauté, des associations professionnelles et des employés représentatifs du domaine connexe au programme d'enseignement



Les connaissances, les habiletés et les compétences acquises contribuent à l'obtention des qualifications prévues dans le RNCIS (Registre National de l'Éducation Supérieure) pour le domaine de la Géographie en vue de trouver un emploi sur le marché du travail, de l'intégration dans les groupes professionnels / de recherche et de la solution des problèmes spécifiques inter/transdisciplinaires conformément aux exigences des institutions publiques/privées et aux exigences professionnelles des normes déontologiques.

10. Évaluation

Type d'activité	10.1. Critères d'évaluation	10.2. Méthodes d'évaluation	10.3. Poids dans la note finale (%)
10.4. Cours	L'obtention d'un minimum 5 sur 10 à l'évaluation des travaux pratiques / séminaires.	Examen écrit.	50%
10.5. Séminaire/ Laboratoire	*Présence de minimum 80% aux travaux pratiques / séminaires **Participation à tous les tests prévus par l'évaluation continue. ***Obtention de minimum 5 (sur 10)	- Participation aux stages de terrain. -	50%
10.6. Standard minimum de performance			