



AFAM

Asociația Femeilor
Antreprenoare
din Moldova

1/4/2026

Curriculum

Modulul 2: Dezvoltarea produsului turistic

*Conceperea și diversificarea produselor turistice,
valorificarea patrimoniului local,
experiențe turistice autentice și lanțuri
valorice locale*



Denumirea modulului: *Dezvoltarea produsului turistic - Conceperea și diversificarea produselor turistice, valorificarea patrimoniului local, experiențe turistice autentice și lanțuri valorice locale*

Tipul modulului	Modul teoretico-aplicativ (formare profesională / universitară / training de proiect)
Durata modulului	12–16 ore (adaptabil: 2–3 zile de training sau 4–6 sesiuni academice)
Grup țintă	• Manageri și antreprenori din turism (hoteluri, pensiuni, agenții) • Reprezentanți ai APL și OMD-uri (Organizații de Management al Destinației) • Studenți (turism, business, management, economie) • Consultanți, formatori, experți în dezvoltare locală • Reprezentanți ONG și proiecte de dezvoltare durabilă
Context și justificare	Sectorul turismului este unul dintre cele mai sensibile domenii în raport cu: • schimbările climatice, • presiunea asupra resurselor naturale, • impactul social asupra comunităților locale, • cerințele tot mai stricte ale pieței internaționale privind raportarea non-financiară.

Importanța acestui modul constă în faptul că oferă studenților și participanților un cadru metodologic structurat pentru înțelegerea și aplicarea procesului de dezvoltare a produsului turistic, de la identificarea cererii pieței până la operarea efectivă a produsului. Modulul contribuie la formarea competențelor de analiză, planificare și luare a deciziilor în turism, promovând o abordare bazată pe date, colaborare interinstituțională și orientare către consumator. Prin parcurgerea etapelor prezentate, participanții își dezvoltă capacitatea de a crea produse turistice competitive, sustenabile și adaptate contextului național și internațional, cu impact direct asupra calității serviciilor turistice și a dezvoltării economice locale.

Scopul modulului

Dezvoltarea competențelor de concepere, structurare și diversificare a produsului turistic prin valorificarea patrimoniului local, a experiențelor autentice și a lanțurilor valorice locale, în logica turismului sustenabil și competitiv.

Obiective generale de învățare

La finalul modulului, participanții vor fi capabili să:

1. Înțelege conceptele fundamentale ale dezvoltării durabile în turism
2. Explice structura și rolul indicatorilor ESG în sectorul turistic
3. Analizeze impactul activităților turistice asupra mediului și comunității
4. Identifice soluții de eficiență energetică și tranziție verde
5. Aplice principii de turism responsabil la nivel de destinație
6. Coreleze sustenabilitatea cu competitivitatea și brandingul turistic

Competențe formate

Competențe cognitive	Competențe funcționale	Competențe transversale
• Înțelegerea conceptului de produs turistic ca ofertă integrată de servicii și experiențe. • Analiza etapelor de dezvoltare a produsului turistic și a relațiilor dintre acestea. • Interpretarea datelor de piață, a segmentelor de turiști și a tendințelor din turism. • Evaluarea potențialului și capacității unei destinații turistice utilizând modele consacrate (ex. modelul 5A). • Identificarea rolului părților interesate în procesul de dezvoltare a produsului turistic. • Explicarea importanței marketingului și a resurselor umane în succesul produsului turistic.	• Aplicarea metodelor de cercetare a pieței turistice în elaborarea produselor turistice. • Corelarea produsului turistic cu cererea pieței și cu segmentele-țintă identificate. • Elaborarea structurii unui produs sau pachet turistic adaptat unei destinații concrete. • Utilizarea instrumentelor de evaluare a destinației pentru identificarea punctelor forte și a limitărilor. • Proiectarea unor strategii de marketing și promovare pentru produse turistice. • Planificarea necesarului de resurse umane și tehnice pentru operarea produsului turistic.	• Capacitatea de lucru în echipă și colaborare cu actori din sectorul public, privat și comunitar. • Dezvoltarea gândirii critice și a capacității de luare a deciziilor în contexte complexe. • Abilități de comunicare profesională și prezentare a ideilor în domeniul turismului. • Asumarea principiilor de etică, responsabilitate socială și sustenabilitate în turism. • Adaptabilitate la schimbări și deschidere către inovație și digitalizare în domeniul turistic.

Rezultate așteptate ale învățării (Learning Outcomes)

Participanții vor putea:

- Defini și explica conceptul de produs turistic ca ofertă integrată de servicii și experiențe.
- Analiza piața turistică utilizând date relevante (cerere, segmente, tendințe, competitori).
- Selecta segmente-țintă și formula propuneri de valoare adaptate cererii pieței.
- Evalua o destinație turistică aplicând modelul 5A (Cazare, Atracții, Activități, Facilități, Accesibilitate).
- Identifica și gestiona stakeholderii relevanți, stabilind roluri, responsabilități și mecanisme de colaborare.

- Concepe și structura un produs/pachet turistic coerent (itinerar, servicii, experiențe, logistică).
- Proiecta strategii de marketing și promovare, inclusiv mesaje, canale, storytelling și politici de preț.
- Planifica resursele umane și tehnice necesare operării produsului turistic la standarde de calitate.
- Aplica principii de sustenabilitate și responsabilitate socială în dezvoltarea produselor turistice.
- Elabora și prezenta un mini-plan integrat de dezvoltare a produsului turistic, fundamentat pe date și bune practici.

Conținut general al modulului (overview)

1. Produsul turistic: concepte, componente și tipologii
2. Valorificarea patrimoniului local în produsul turistic
3. Experiențe turistice autentice și design experiențial
4. Etapele dezvoltării produsului turistic
5. Diversificarea produselor turistice și pachete tematice
6. Lanțuri valorice locale în turism
7. Co-creare, branding local și poziționare

Metode de predare-învățare

Procesul de predare-învățare se bazează pe o abordare **centrată pe participant**, care combină metodele interactive cu cele aplicative, în scopul dezvoltării competențelor profesionale în domeniul turismului. Metodele utilizate facilitează atât însușirea cunoștințelor teoretice, cât și aplicarea acestora în contexte reale.

- **Prelegerea interactivă**, utilizată pentru introducerea conceptelor-cheie, a cadrului teoretic și a modelelor de analiză, completată cu întrebări ghidate și exemple din practica turistică.
- **Analiza studiilor de caz**, bazată pe exemple reale din Republica Moldova și din alte destinații, pentru dezvoltarea gândirii critice și a capacității de analiză.
- **Învățarea prin problematizare**, prin formularea de situații-problemă și identificarea soluțiilor optime în procesul de dezvoltare a produsului turistic.
- **Lucrul în grup**, utilizat pentru simularea proceselor de co-creare, planificare și colaborare între părțile interesate din turism.
- **Dezbateri și discuții ghidate**, pentru argumentarea deciziilor și schimbul de perspective asupra dezvoltării produselor turistice.
- **Exerciții practice și aplicații**, constând în elaborarea de pachete turistice, hărți de stakeholderi, planuri de marketing sau evaluări de destinații.
- **Simulări și jocuri de rol**, pentru înțelegerea rolurilor actorilor implicați în turism (autorități, operatori, comunitate locală, turiști).
- **Învățarea bazată pe proiect**, prin realizarea unui mini-proiect integrat de dezvoltare a unui produs turistic.
- **Utilizarea resurselor digitale**, inclusiv platforme online, materiale multimedia și instrumente digitale de promovare turistică.

Metode de evaluare

- Participare activă
- Mini-test / quiz
- Studiu de caz aplicativ
- Exercițiu de grup

Resurse minime recomandate

- Ghiduri UE privind turismul durabil
- Documente și rapoarte oficiale (strategii naționale și europene în turism, dezvoltare regională, sustenabilitate)
- Date statistice din surse oficiale (birouri naționale de statistică, instituții publice de profil)
- Platforme oficiale de promovare turistică și management de destinație
- Studii de politici publice în turism
- Strategii naționale și regionale de turism

Structura cursului

Modulul 2 Dezvoltarea produsului turistic

Durata totală recomandată: 12–16 ore

Format: curs + aplicații + studii de caz + lucru pe destinații

Tema 1. Produsul turistic: concepte, componente și tipologii

Durata: 2–3 ore

Tema clarifică ce este produsul turistic și cum se construiește el ca ofertă completă pentru vizitator: combinația dintre atracții, servicii, facilități, acces, experiență și valoare percepută. În contextul Republicii Moldova, tema este esențială pentru că multe inițiative locale (rural, enogastronomic, cultural) pornesc de la resurse bune, dar au nevoie de o structurare corectă a produsului (pachetare, segmentare, preț, calitate, consistență) ca să devină vandabile și repetabile.

Accentul cade pe diferența dintre:

- resursă turistică (ce avem) vs. produs turistic (ce oferim organizat),
- serviciu singular (ex. degustare) vs. produs/pachet (degustare + tur ghidat + masă + transport + poveste + suvenir).

Subiecte abordate

- 1.1. Definiția produsului turistic: produs/serviciu/experiență; tangibil vs. intangibil.
- 1.2. Componentele produsului turistic (nucleu – servicii – facilități – imagine/brand – calitate)

- 1.3. Nivelurile produsului (produs de bază, produs real, produs augmentat) – aplicat în turism
- 1.4. Tipologii de produse turistice (cultural, rural, ecoturism, enogastronomic, MICE, wellness etc.)
- 1.5. Segmentare și potrivire produs–piață (pentru cine e produsul? ce problemă/need rezolvă?)
- 1.6. Ciclul de viață al produsului turistic și implicații (lansare–creștere–maturitate–declin)

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor putea să:

1. **Definească** produsul turistic și să distingă între resursă, serviciu și produs (nivel: înțelegere).
2. **Identifice și descrie** componentele esențiale ale unui produs turistic (atracții, acces, servicii, facilități, experiență, imagine/brand) (nivel: analiză).
3. **Clasifice** produse turistice pe tipologii relevante pentru RM (rural, cultural, enogastronomic etc.) (nivel: aplicare).
4. **Construiească** o schiță de produs turistic (mini-pachet) pentru o localitate/afacere din RM, utilizând structura „nucleu–augmentare” (nivel: creare).
5. **Evalueze** dacă un produs propus este „vandabil” (claritate, consistență, piață-țintă, sezonabilitate, valoare) (nivel: evaluare).

Metode

- Input teoretic structurat (prezentarea conceptelor de dezvoltare durabilă și turism sustenabil)
- Studiu de caz rapid (RM): “Ai o pensiune rurală + o cramă + o atracție culturală. Ce e resursă, ce e serviciu, ce e produs?”
- Exercițiu în grup – „Anatomia produsului” (canvas pe flipchart):
 - fiecare grup primește un obiectiv/localitate și completează: Nucleu / Servicii / Facilități / Acces / Poveste / Valoare / Riscuri.
- Atelier – „3 niveluri ale produsului”: produs de bază vs real vs augmentat (ex.: tur la cramă → tur + degustare → tur + degustare + pairing + transport + suvenir + foto spot)
- Role-play scurt (vânzare produs): un participant e turist, altul e operator. Operatorul trebuie să vândă produsul în 60 sec (pitch).
- Peer review: grupurile își evaluează produsele între ele după o grilă simplă (claritate, logică, unicitate, fezabilitate).

Instrumente / materiale recomandate

- Flipchart + post-it-uri (componentizare produs)
- Fișă A4 „Definirea produsului turistic” (template pentru fiecare grup)
- Hartă RM / regiune (accesibilitate + proximități)
- Exemple de oferte reale (broșuri/site-uri oficiale) – pentru analiză comparativă

Tema 2. Valorificarea patrimoniului local în produsul turistic

Durata: 2–3 ore

Tema îi ajută pe participanți să transforme patrimoniul local (cultural și natural) în produse turistice responsabile, care păstrează autenticitatea, respectă regulile de protecție și cresc atractivitatea destinației. Accentul este pe:

- diferența dintre patrimoniu (ce avem și protejăm) și produs (ce oferim turistului),
- cum selectăm elemente de patrimoniu relevante (material/imaterial) și le „traducem” în itinerarii, experiențe, interpretare **și** povești,
- cum evităm riscurile frecvente: „folclorizare”, supraexploatare, kitsch, degradare, conflicte cu comunitatea.

Subiecte abordate

- 2.1. Ce este patrimoniul local: cultural vs natural; material vs imaterial; peisaj cultural
- 2.2. Inventarierea și selecția patrimoniului: criterii (unicitate, accesibilitate, stare, sezonabilitate, interes de piață, sensibilitate)
- 2.3. Transformarea patrimoniului în produs turistic: „resursă → interpretare → experiență → pachet”
- 2.4. Interpretarea patrimoniului: ghidaj, semnalistică, panouri, audio, povești locale, reguli de vizitare
- 2.5. Rute tematice și itinerarii: cum construim o rută coerentă (tema, puncte, durate, pauze, servicii)
- 2.6. Protecție și sustenabilitate: capacitate de vizitare, reguli, managementul impactului, implicarea comunității

Rezultate ale învățării

La final, participanții vor putea să:

1. Identifice și clasifice patrimoniul local (cultural/natural; material/imaterial) și rolul lui în atractivitatea destinației.
2. Aplice un set de criterii pentru a selecta elemente de patrimoniu potrivite turismului (fezabilitate + protecție).
3. Construiască o schiță de rută/itinerar bazat pe patrimoniu (tema, puncte, durate, servicii, mesaj).
4. Elaboreze un concept de interpretare (poveste, mesaj central, reguli de vizitare, elemente vizuale/informative).
5. Propună măsuri de protecție și gestionare a impactului (capacitate, cod de conduită, implicarea comunității, monitorizare simplă).

Metode

- Input teoretic + clarificare conceptuală (E–S–G)
- Analiza comparativă și exemple (RM + internațional): rute tematice, muzee locale, sate cu patrimoniu viu, arii naturale
- Studiu de caz internațional
- Exercițiu 1 – Inventar rapid de patrimoniu (în grup)
- Exercițiu 2 – Matrice „Atractivitate–Vulnerabilitate”
- Atelier – „Interpretare în 3 straturi”
- Design de rută (pe hartă)
 - traseu tematic: puncte, timpi, pauze, servicii (toaletă, apă, masă), transport, cost orientativ
 - include un „moment de vârf” (wow) + o încheiere coerentă
- Role-play: ghid local vs turist
 - ghidul explică regulile (protecție) fără să strice experiența
 - turistul pune întrebări „dificile” (de ce nu avem voie aici? de ce e scump?)

Tema 3. Experiențe turistice autentice și design experiențial

Durata: 3 ore

Tema este dedicată trecerii de la produsul turistic clasic la experiența turistică autentică, centrată pe emoție, participare, interacțiune și memorabilitate. Tema explică modul în care resursele și patrimoniul valorificat (Temele 1 și 2) sunt transformate în experiențe trăite, prin design experiențial, storytelling și co-creare cu comunitatea.

În contextul Republicii Moldova, tema răspunde nevoii de diferențiere a ofertelor turistice locale (rurale, gastronomice, spirituale, active) față de turismul standardizat și de masă.

Subiecte abordate

- 3.1. Ce este experiența turistică autentică
- 3.2. Tipuri de experiențe turistice
- 3.3. Design experiențial în turism
- 3.4. Customer Journey în turism
- 3.5. Storytelling și interpretare experiențială
- 3.6. Momentul „wow” și punctul culminant
- 3.7. Co-crearea experienței cu comunitatea
- 3.8. Instrumente practice de design experiențial

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor putea să:

- Explice diferența dintre produs turistic și experiență turistică autentică.
- Identifice tipul potrivit de experiență pentru o destinație sau afacere locală.

- Aplice principiile de design experiențial în structura unei oferte turistice.
- Construiască un Customer Journey simplificat pentru o experiență din RM.
- Integreze storytelling-ul și un moment „wow” într-o experiență turistică.
- Dezvolte o experiență co-creată cu comunitatea locală, adaptată pieței-țintă.

Metode

- Prezentare aplicată a politicilor de mediu și eficiență energetică
- Analiza datelor statistice oficiale (consum energetic, emisii)
- Studiu de caz
- Exercițiu: „De la activitate la experiență”
- Atelier: Customer Journey pe flipchart
- Design de experiență în grup (gastronomic / rural / spiritual / activ)
- Storytelling lab – povestea locului în 3 minute
- Role-play: gazdă – turist (testarea experienței)

Tema 4. Etapele dezvoltării produsului turistic

Tema 4 urmărește formarea unei înțelegeri sistematice asupra procesului de dezvoltare a produsului turistic, prin parcurgerea etapelor esențiale care permit transformarea resurselor turistice în produse și experiențe turistice competitive, coerente și sustenabile. Accentul este pus pe corelarea dintre cererea pieței, capacitatea reală a destinației, implicarea părților interesate și asigurarea calității pe întreg ciclul de viață al produsului turistic.

Subiecte abordate

- 4.1. Cercetarea și analiza pieței turistice
- 4.2. Corelarea produsului turistic cu cererea pieței
- 4.3. Evaluarea potențialului și capacității destinației turistice
- 4.4. Identificarea și implicarea părților interesate (stakeholderilor)
- 4.5. Conceperea și construirea produsului turistic
- 4.6. Marketingul și promovarea produsului turistic
- 4.7. Asigurarea resurselor umane și tehnice pentru operarea produsului turistic

Studii de caz

- Dezvoltarea produselor de turism rural și experiențial în Republica Moldova
- Produse vitivinicole și gastronomice ca exemple de valorificare a resurselor locale
- Inițiative de colaborare public–privat în dezvoltarea destinațiilor turistice
- Exemple de bune practici internaționale aplicabile contextului național

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor fi capabili să:

- explice etapele dezvoltării produsului turistic și relația dintre acestea;
- analizeze piața turistică și să identifice segmente-țintă relevante;

- evalueze potențialul unei destinații turistice utilizând instrumente specifice;
- conceapă structura unui produs sau pachet turistic adaptat pieței;
- aplice principii de marketing și promovare în turism;
- argumenteze importanța colaborării între părțile interesate;
- planifice resursele necesare pentru operarea sustenabilă a produsului turistic.

Metode

- prelegere interactivă;
- analiză de studii de caz;
- discuții și dezbateri ghidate;
- lucru în grup și aplicații practice;
- simulări și exerciții de proiectare a produsului turistic;
- învățare bazată pe proiect.

Tema 5. Diversificarea produselor turistice și pachete tematice

Durata: 2–3 ore

Tema 5 are ca obiectiv dezvoltarea competențelor necesare pentru conceperea și diversificarea produselor turistice prin crearea de pachete tematice adaptate diferitelor segmente de turiști. Accentul este pus pe valorificarea patrimoniului local, integrarea lanțurilor valorice locale și transformarea resurselor existente în experiențe turistice coerente, autentice și competitive. Tema evidențiază rolul diversificării ca instrument strategic pentru reducerea sezonality, creșterea atractivității destinațiilor și consolidarea dezvoltării durabile în turism. În contextul Republicii Moldova, diversificarea este esențială pentru:

- reducerea dependenței de un singur sezon sau tip de turist;
- valorificarea mai eficientă a resurselor locale existente;
- crearea de oferte atractive pentru segmente diferite de piață (familii, tineri, seniori, corporate, pelerini, turiști activi).

Tema oferă instrumente practice pentru transformarea unui produs simplu într-un portofoliu de pachete tematice vandabile și coerente.

Subiecte abordate

- 5.1. Conceptul de diversificare a produselor turistice
- 5.2. Tipuri de pachete tematice
- 5.3. Segmentarea pieței și adaptarea pachetelor tematice
- 5.4. Structura și componentele unui pachet tematic
- 5.5. Lanțuri valorice locale în pachetele tematice
- 5.6. Instrumente practice pentru dezvoltarea pachetelor tematice

Studii de caz

- Pachete gastronomice și vitivinicole din Republica Moldova
- Trasee culturale și rurale dezvoltate la nivel local și regional
- Pachete active și ecoturistice ca instrument de diversificare
- Exemple de bune practici internaționale în dezvoltarea pachetelor tematice

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor fi capabili să:

- explice rolul diversificării produselor turistice în dezvoltarea destinațiilor;
- identifice și descrie principalele tipuri de pachete tematice;
- analizeze segmentele de turiști și să adapteze oferta la nevoile acestora;
- conceapă structura unui pachet turistic tematic coerent și atractiv;
- integreze lanțurile valorice locale în produsele turistice;
- utilizeze instrumente practice pentru planificarea și evaluarea pachetelor tematice;
- argumenteze contribuția pachetelor tematice la dezvoltarea durabilă a turismului.

Metode

- Input teoretic privind rolul social al turismului
- Studii de caz
- analiză de studii de caz reale;
- lucru în grup și exerciții de proiectare a pachetelor tematice;
- discuții și dezbateri ghidate;
- simulări și aplicații practice;
- învățare bazată pe proiect.

Tema 6. Lanțuri valorice locale în turism

Tema 6 are ca scop dezvoltarea competențelor necesare pentru înțelegerea și aplicarea conceptului de **lanț valoric local în turism**, evidențiind modul în care actorii locali contribuie la crearea de valoare economică, socială și culturală prin produse și servicii turistice integrate. Accentul este pus pe colaborarea dintre turism și sectoarele conexe (agricultură, meșteșuguri, servicii, industrii creative), precum și pe impactul lanțurilor valorice asupra dezvoltării durabile a destinațiilor turistice.

Subiecte abordate

- 6.1. Conceptul de lanț valoric în turism
- 6.2. Actorii lanțului valoric local în turism
- 6.3. Integrarea lanțurilor valorice locale în produsele turistice
- 6.4. Impactul lanțurilor valorice asupra dezvoltării locale
- 6.5. Lanțuri valorice și turism durabil
- 6.6. Instrumente practice pentru analiza și dezvoltarea lanțurilor valorice

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor fi capabili să:

- explice conceptul de lanț valoric local și rolul acestuia în turism;
- identifice actorii principali ai lanțului valoric local într-o destinație turistică;
- analizeze relațiile dintre turism și sectoarele economice conexe;
- integreze lanțurile valorice locale în produse și pachete turistice;
- evalueze impactul economic și social al lanțurilor valorice asupra comunităților locale;
- utilizeze instrumente practice pentru cartografierea și dezvoltarea lanțurilor valorice;
- argumenteze importanța lanțurilor valorice în dezvoltarea durabilă a turismului.

Metode

- prelegere interactivă;
- analiză de studii de caz;
- lucru în grup și exerciții de cartografiere a lanțului valoric;
- dezbateri și discuții ghidate;
- aplicații practice și simulări;
- învățare bazată pe proiect.

Tema 7. Co-creare, branding local și poziționarea produsului turistic

Tema 7 urmărește dezvoltarea competențelor necesare pentru **co-crearea produselor turistice**, construirea unui **branding local autentic** și **poziționarea strategică** a produsului turistic pe piață. Accentul este pus pe implicarea activă a comunităților locale, pe valorificarea identității teritoriale și pe diferențierea destinației într-un context turistic competitiv, în concordanță cu principiile dezvoltării durabile.

Subiecte abordate

- 7.1. Conceptul de co-creare în turism
- 7.2. Implicarea comunității locale în dezvoltarea produsului turistic
- 7.3. Branding local și identitate de destinație
- 7.4. Construirea brandului local în turism
- 7.5. Poziționarea produsului turistic pe piață
- 7.6. Instrumente practice pentru co-creare, branding și poziționare

Rezultate ale învățării

La finalul temei, participanții vor fi capabili să:

- explice conceptul de co-creare și rolul acestuia în dezvoltarea produsului turistic;
- identifice modalități de implicare a comunității locale în turism;
- analizeze elementele identității locale relevante pentru branding;
- contribuie la construirea unui brand local autentic;

- poziționeze strategic un produs turistic pe piață;
- utilizeze instrumente practice pentru co-creare, branding și poziționare;
- argumenteze importanța brandingului local pentru competitivitatea destinațiilor turistice.

Metode

- prelegere interactivă;
- analiză de studii de caz;
- lucru în grup și exerciții de cartografiere a lanțului valoric;
- dezbateri și discuții ghidate;
- aplicații practice și simulări;
- învățare bazată pe proiect.

Aplicație finală

Lucru în grup: Elaborarea unui **produs turistic integrat** pentru o destinație din Republica Moldova, care să includă conceperea unui pachet turistic tematic, integrarea lanțurilor valorice locale, elemente de co-creare cu comunitatea și o strategie de branding și poziționare pe piață.

Participanții vor analiza o destinație turistică concretă și vor dezvolta un produs turistic coerent, parcurgând etapele de la cercetarea pieței și evaluarea destinației până la promovarea și operarea produsului.

Forma de realizare

Lucru individual **sau**
 Lucru în grup (3–5 participanți)
 Prezentare finală (PPT / PDF)

Scopul aplicației

Scopul aplicației finale este de a evalua capacitatea participanților de a **aplica integrat cunoștințele teoretice** dobândite pe parcursul modulului, prin dezvoltarea unui produs turistic realist, adaptat contextului local și cerințelor pieței. Aplicația urmărește dezvoltarea competențelor de analiză, planificare strategică, colaborare și comunicare profesională, precum și promovarea unei abordări orientate spre sustenabilitate, co-creare și valorificarea resurselor locale..

Prezentarea finală

Format

- PPT / PDF
- 10–15 minute (grup)
- 7–10 minute (individual)