

<https://doi.org/10.52449/1857-4114.2022.40-2.01>

CZU: 316.77: 796.5

FORMAREA ABILITĂȚILOR DE COMUNICARE A COMPETENȚELOR ÎN DOMENIUL TURISMULUI PRIN APLICAREA JOCURILOR DE AFACERI

Burlacu Alexandra-Gabriela¹

<https://orcid.org/0000-0002-5271-4406>

¹Colegiul Economic „Virgil Madgearu”, Iași, România

Rezumat. Scopul acestui studiu a fost de a explora utilizarea jocurilor de afaceri într-un curriculum inovator pentru a dezvolta abilități de comunicare și competențe în domeniul turismului. Cercetarea a implicat elevi dintr-o instituție de învățământ de profil, care au fost înscriși la specializarea Tehnician în turism. Studiul a utilizat o abordare mixtă, care implică atât metode calitative, cât și cantitative de colectare a datelor. Rezultatele au arătat că utilizarea jocurilor de afaceri în curriculumul inovator a avut un impact pozitiv asupra dezvoltării abilităților de comunicare și a competențelor actorilor vizați din învățământul turistic. Prin intermediul jocurilor de afaceri, participanții au putut dezvolta abilități de negociere, prezentare și argumentare, care sunt valoroase pentru cariera lor profesională viitoare. În plus, aceștia au reușit să înțeleagă mai bine aspectele teoretice ale turismului și să aplice aceste cunoștințe într-un context practic. Curriculumul inovator a fost conceput pentru a le permite participanților să se angajeze activ în procesul de învățare, prin jocuri de afaceri și activități practice. Elevii au arătat niveluri ridicate de motivație și implicare în învățare prin jocuri de afaceri, rezultatele sugerând că utilizarea jocurilor de afaceri într-un curriculum inovator poate fi o metodă eficientă de dezvoltare a abilităților de comunicare și de obținere a cunoștințelor practice în turism. Curriculumul inovator ar putea fi implementat în instituțiile de învățământ specializat pentru a pregăti elevii pentru carierele lor viitoare într-un mod inovator și interactiv.

Cuvinte-cheie: abilități, competențe, curriculum inovator, joc de afaceri, turism.

Introducere. Relevanța temei constă în faptul că turismul reprezintă unul dintre sectoarele economice cele mai importante la nivel global, fiind unul dintre cei mai mari angajatori și contribuind semnificativ la creșterea economică a multor țări. În același timp, turismul se caracterizează printr-o serie de provocări, cum ar fi dezvoltarea durabilă, gestionarea riscurilor și îmbunătățirea calității serviciilor.

Fundamentarea teoretică pentru articolul de față se realizează prin elemente, precum:

➤ Educația în turism, care reprezintă un domeniu interdisciplinar, ce combină cunoștințe din domenii, precum economia, marketingul, geografia și sociologia pentru a

pregăti elevii și profesioniștii în domeniu. Educația în turism își propune să dezvolte competențele și abilitățile necesare pentru a fi eficient în gestionarea și dezvoltarea industriei turismului.

➤ Jocurile de afaceri exprimate prin simulări de afaceri, care implică decizii de management, analiză de date și luarea deciziilor strategice. Aceste jocuri sunt utilizate în educație pentru a dezvolta abilități de luare a deciziilor și de management, precum și pentru a îmbunătăți înțelegerea conceptelor de afaceri și a mecanismelor de piață.

➤ Dezvoltarea abilităților de comunicare, care sunt esențiale în turism, incluzând interacțiunea cu turiștii, colegii și partenerii de afaceri. Dezvoltarea abilităților

de comunicare poate ajuta la îmbunătățirea relațiilor cu clienții, la creșterea satisfacției acestora și la îmbunătățirea eficienței în comunicare.

➤ Curriculumul inovator bazat pe jocuri de afaceri, ce se oglindește într-un curriculum care combină jocurile de afaceri cu tehnologiile educaționale și cunoștințele practice din turism.

➤ Impactul jocurilor de afaceri în educație. Mai multe studii au demonstrat că jocurile de afaceri pot fi utilizate cu succes pentru a îmbunătăți înțelegerea conceptelor de afaceri și a mecanismelor de piață, precum și pentru a îmbunătăți abilitățile de comunicare și colaborare. De asemenea, jocurile de afaceri pot fi utilizate pentru a îmbunătăți înțelegerea problemelor complexe și pentru a dezvolta abilitățile de luare a deciziilor.

Abordarea inovatoare a educației în turism prin utilizarea unui curriculum inovator bazat pe jocuri de afaceri are o importanță semnificativă în dezvoltarea competențelor și a abilităților necesare pentru a fi un profesionist de succes în industria turismului. Câteva dintre motivele pentru care acest tip de abordare este important și deține, totodată, un rol crucial ar fi:

○ Promovarea învățării practice. Jocurile de afaceri în domeniul turismului oferă oportunități practice de a experimenta concepte și teorii într-un mediu simulat. Aceasta poate fi deosebit de valoroasă în cazul turismului, deoarece multe aspecte ale industriei turistice sunt legate de experiența directă a turiștilor și nu pot fi simulate în clasă. Astfel, potrivit sublinierii făcute de Salas, Wildman și Piccolo [1], într-un mediu de învățare bazat pe experiență, responsabilitatea pentru propriile experiențe de învățare cade în mod special în sarcina indivizilor, ceea ce creează o legătură mai puternică între experiența de învățare și realitate. Această abordare de învățare poate fi realizată prin jocuri de rol, jocuri de afaceri, simulări pe calculator, realitate virtuală și alte mijloace similare.

○ Îmbunătățirea abilităților de comunicare și colaborare prin munca în echipe și promovarea, comunicarea și colaborarea între participanți.

○ Dezvoltarea abilităților de gândire critică și analitică: jocurile de afaceri în turism pot fi concepute pentru a implica decizii critice și analitice, ceea ce ajută la dezvoltarea acestui tip de abilități. Aceste abilități sunt esențiale pentru a lua decizii informate și bine fundamentate într-o industrie în continuă schimbare. În studiile realizate de Baldwin, T., Pierce, J., Joines, R., & Farouk, S. [2], gândirea critică este definită ca o aplicare a cunoștințelor de management pentru a identifica problemele, a descrie posibile acțiuni, a evalua aceste acțiuni și a implementa un plan de acțiune ales. În contrast, Rousseau, D. M. [16] descrie gândirea critică drept un proces de interogare a ipotezelor, evaluare a dovezilor și testare a logicii propuse prin intermediul acesteia.

○ Încurajarea creativității și a inovației: Abordarea inovatoare a educației în turism prin intermediul jocurilor de afaceri poate încuraja, de asemenea, creativitatea și inovația în rândul elevilor. Prin experimentarea diferitor strategii și abordări în cadrul jocului, educabilii pot dezvolta noi idei și soluții inovatoare pentru problemele din industria turismului.

Conform lui Law și Chen [11], jocurile de afaceri sunt utile pentru a învăța cum să gestionezi o afacere și să iei decizii, în timp ce Muntean [12] arată că utilizarea jocurilor de afaceri poate spori angajamentul și implicarea elevilor în învățare. Potrivit lui Sitzmann [18], jocurile de afaceri pot fi o metodă eficientă de predare, deoarece permit elevilor să-și dezvolte abilitățile de luare a deciziilor prin simularea situațiilor de afaceri complexe. De asemenea, Prensky [14] subliniază că ele pot fi o modalitate eficientă de a dezvolta abilitățile de comunicare și colaborare, care sunt esențiale pentru succesul în afaceri. Garris, Ahlers și Driskell [8] au constatat că ele pot fi o metodă eficientă de a motiva elevii, deoarece

aceștia pot fi implicați într-un mod interactiv și captivant în procesul de învățare. În plus, utilizarea lor poate fi o modalitate eficientă de a dezvolta competențe digitale, conform Egenfeldt-Nielsen, Smith și Tosca [7]. Potrivit lui Kapp [10], utilizarea jocurilor de afaceri poate fi o metodă eficientă de a transfera cunoștințele teoretice într-un mediu practic, în care elevii pot să-și dezvolte abilitățile de luare a deciziilor și de rezolvare a problemelor. În plus, Dicheva, Dichev, Agre și Angelova [6] au arătat că jocurile de afaceri pot fi o modalitate eficientă de a îmbunătăți înțelegerea elevilor cu privire la subiectul predat. Astfel, aplicarea jocurilor de afaceri în predare poate fi o modalitate eficientă de a dezvolta abilitățile și competențele necesare pentru succesul în afaceri, precum și de a spori angajamentul și implicarea elevilor în procesul de învățare.

„Școlile de afaceri se mândresc cu capacitatea lor de a împărtăși cunoștințe prin prelegeri, manuale, examene și alte instrumente pedagogice tradiționale. Dar cunoașterea nu este îndemânare... Simulările sunt adesea văzute ca experiențe de transformare, pentru că prin ele elevii sunt capabili să internalizeze multe concepte de afaceri, principii, instrumente și moduri de gândire” Cadotte, E. R. [4]. Cadotte sugerează prin citatul prezentat că școlile de afaceri trebuie să abordeze moduri noi și inovatoare de a învăța și de a oferi educație, în special prin simulări. Astfel, trebuie abordat modul în care simulările sunt esențiale pentru formarea elevilor din școlile de afaceri (liceele economice, în special) și cum acestea îi pregătesc pentru viața reală. Într-o lume în continuă schimbare, în care noile tehnologii și modele de afaceri apar într-un ritm alert, este important ca elevii să învețe cum să se adapteze și să gândească critic și creativ. Cu toate acestea, învățarea prin intermediul prelegerilor, a manualelor și a examenelor nu este suficientă pentru a-i pregăti pe aceștia pentru realitatea din afaceri. Goi, C.-L. [9] De aceea, simulările sunt esențiale pentru

formarea lor, constituind o modalitate interactivă și practică de învățare. Prin simulări, elevii au ocazia de a experimenta situații reale din lumea afacerilor și de a-și dezvolta abilitățile necesare pentru a face față acestor situații. În timpul acestor simulări, elevii sunt încurajați să ia decizii importante și să se confrunte cu consecințele acestora, căpătând astfel o experiență de învățare concretă. În plus, simulările oferă educabililor posibilitatea de a lucra în echipă, îmbunătățindu-și astfel abilitățile de comunicare și de lucru în echipă, care sunt fundamentale în afaceri. De asemenea, simulările pot fi utilizate pentru a învăța elevii despre aspecte specifice ale afacerilor, cum ar fi managementul financiar, marketingul sau resursele umane.

Jocurile de simulare pentru afaceri constituie un mijloc important de a motiva și a învăța, reprezentând o alternativă eficientă la metodele tradiționale de predare, prin faptul că stabilesc o conexiune între conceptele abstracte și problemele din lumea reală, oferă o dimensiune practică suplimentară cadrului de învățare și șansa de a exersa cazuri de luare a deciziilor, care imită caracteristicile temporale și de proces ale mediului real [3].

Utilizând simularea, putem realiza conexiunea între teorie și practică. Prin intermediul acesteia, se pot introduce diverse tipuri de conținut și exemple din viața reală. În cazul în care simularea și instrumentele sale de instruire, precum studiile de caz, exemple din lumea reală și prezentările din partea profesioniștilor din industrie, sunt cât mai realiste, atunci se pot obține perspective mai relevante și mai practice. Astfel, simulările oferă o rampă de lansare pentru a înțelege mai bine cum se pune teoria în practică și cum se pot soluționa problemele din lumea reală [5].

Ca obiective ale articolului putem considera identificarea impactului utilizării jocurilor de afaceri în educația în turism asupra dezvoltării abilităților de comunicare și a competențelor în turism și evaluarea

eficacității curriculumului inovator bazat pe jocuri de afaceri în educația în turism.

Conform unui studiu realizat de [13] asupra impactului jocurilor de afaceri în predarea turismului, acestea au un efect pozitiv asupra dezvoltării abilităților de comunicare ale elevilor. Participanții la studiu au declarat că au învățat să comunice mai eficient cu colegii și clienții prin intermediul jocurilor de afaceri. De asemenea, jocurile de afaceri pot fi eficiente în îmbunătățirea cunoștințelor în domeniul turismului. Potrivit altui studiu, realizat de Al-Sabbagh și Al-Ghaith [1], jocurile de afaceri pot fi utile în predarea managementului hotelier și a serviciilor turistice, întrucât acestea implică simularea situațiilor de afaceri reale și permit elevilor să-și dezvolte abilitățile de luare a deciziilor.

Jocurile de afaceri sunt o metodă interactivă de predare, care poate fi utilizată pentru a îmbunătăți învățarea elevilor într-un mod distractiv și captivant. Curriculumul inovator bazat pe jocuri de afaceri a fost implementat în diferite domenii educaționale, inclusiv în învățământul superior, pentru a îmbunătăți învățarea și dezvoltarea abilităților studenților. Mai multe studii au evaluat eficacitatea curriculumului interactiv bazat pe jocuri de afaceri în educație, utilizând metode de cercetare diferite. Un prim studiu, realizat de Reiners, Wood și Chang [15], a evaluat eficacitatea curriculumului interactiv bazat pe jocuri de afaceri în învățământul superior și a constatat că jocurile de afaceri pot îmbunătăți performanța studenților și pot crește nivelul de angajament în învățare. Participanții la studiu au declarat că jocurile de afaceri i-au ajutat să înțeleagă mai bine conceptele de afaceri și să-și dezvolte abilitățile de luare a deciziilor. Un alt studiu, realizat de Vlachopoulos și Makri [20], a evaluat eficacitatea curriculumului interactiv bazat pe jocuri de afaceri în învățământul primar și secundar și a condus la concluzia că jocurile de afaceri pot fi utilizate cu succes pentru a îmbunătăți învățarea și a dezvolta abilitățile de gândire critică și creativă ale elevilor. Participanții la studiu au

declarat că jocurile de afaceri au fost o metodă distractivă și captivantă de predare, care i-a ajutat să-și dezvolte abilitățile de colaborare și de rezolvare a problemelor. Alt studiu, realizat de Thaiposri et al. [19], a evaluat eficacitatea curriculumului interactiv bazat pe jocuri de afaceri în învățământul superior și a scos în evidență faptul că jocurile de afaceri pot îmbunătăți abilitățile de gândire critică și abilitățile de luare a deciziilor ale studenților. Participanții la studiu au declarat că jocurile de afaceri i-au ajutat să-și dezvolte abilitățile de analiză și evaluare a informațiilor și să-și dezvolte abilitățile de comunicare și colaborare. În concluzie, curriculumul inovator, interactiv, bazat pe jocuri de afaceri poate fi o metodă eficientă de predare în educație, deoarece poate îmbunătăți performanța elevilor/studenților și poate crește nivelul de angajament în învățare, dezvoltându-le abilitățile de gândire critică, de luare a deciziilor și de colaborare.

Metodologia de cercetare include analiza literaturii existente privind utilizarea jocurilor de afaceri în educația în turism, impactul acestora asupra dezvoltării abilităților de comunicare și a competențelor în turism și eficacitatea curriculumurilor inovatoare bazate pe jocuri de afaceri. Studiile includ atât cercetări cantitative, cât și calitative, precum și analize de caz și studii de teren. Pe baza acestei revizui a literaturii, cercetarea va analiza mai detaliat modul în care jocurile de afaceri pot fi integrate în curriculumurile de turism și cum pot fi ele folosite pentru a îmbunătăți învățarea și dezvoltarea abilităților de comunicare și a competențelor în turism. Aceasta va include o analiză a diferitelor tipuri de jocuri de afaceri și a modului în care acestea pot fi utilizate pentru a ajuta la dezvoltarea abilităților specifice. În plus, cercetarea va evalua eficacitatea curriculumurilor inovatoare bazate pe jocuri de afaceri. Acest lucru va implica evaluarea gradului în care aceste curriculumuri reușesc să îmbunătățească învățarea și dezvoltarea abilităților de comunicare și a competențelor în

turism și dacă există diferențe semnificative între curriculumurile bazate pe jocuri de afaceri și cele tradiționale. În general, metodologia de cercetare se concentrează pe evaluarea impactului jocurilor de afaceri în educația în turism și pe analiza modului în care acestea pot fi integrate în curriculumuri.

Analiza bibliometrică. În cadrul cercetării de față, am încercat să analizăm literatura de specialitate privind jocurile de afaceri, utilizând o metodă de prelucrare a

datelor, numită metoda clusterelor. Scopul nostru a fost să identificăm principalele direcții de cercetare în domeniu, prin analizarea cuvintelor-cheie din abstractele articolelor publicate pe platforma ScienceDirect. Pentru a face acest lucru, am folosit programul VOSviewer, iar rezultatele noastre au fost prezentate sub formă de figuri. Această analiză bibliometrică ne-a ajutat să obținem o perspectivă mai clară asupra domeniului și a evoluției sale în timp.

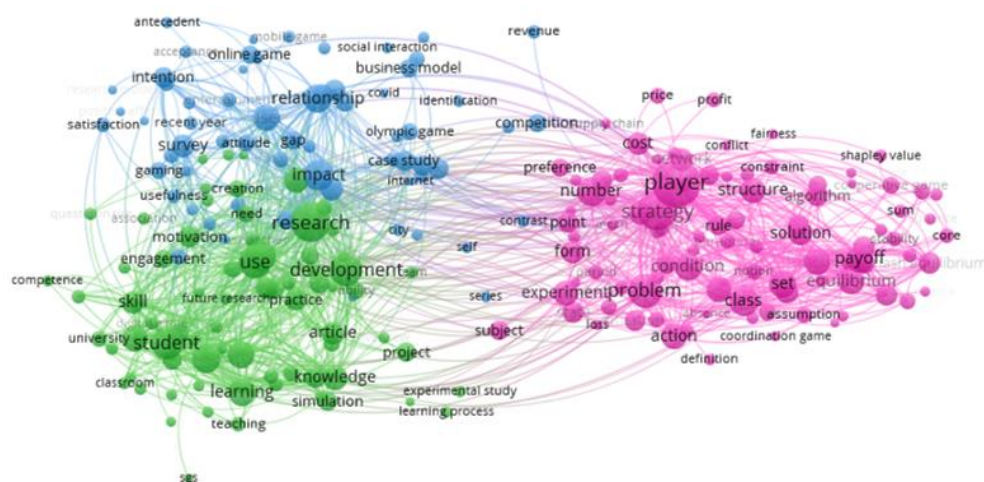


Fig. 1. Rețeaua cuvintelor-cheie cu privire la jocurile de afaceri
Sursa: elaborare proprie pe baza VOSviewer software

Harta bibliometrică a jocurilor de afaceri poate fi divizată în trei cluster principale: cercetare, jucător și relație și impact. Fiecare dintre aceste cluster are propriile sale caracteristici, roluri și importanță.

Clusterelor de cercetare:

Acest cluster se concentrează pe cercetarea academică a jocurilor de afaceri și include lucrări care au ca subiect jocurile de afaceri, modelele de jocuri și strategiile de joc. Clusterul prezentat este important în înțelegerea evoluției jocurilor de afaceri și a tendințelor actuale în cercetarea academică în acest domeniu. El poate ajuta cercetătorii și practicienii să identifice lacunele din literatura existentă și să dezvolte noi idei și direcții de cercetare.

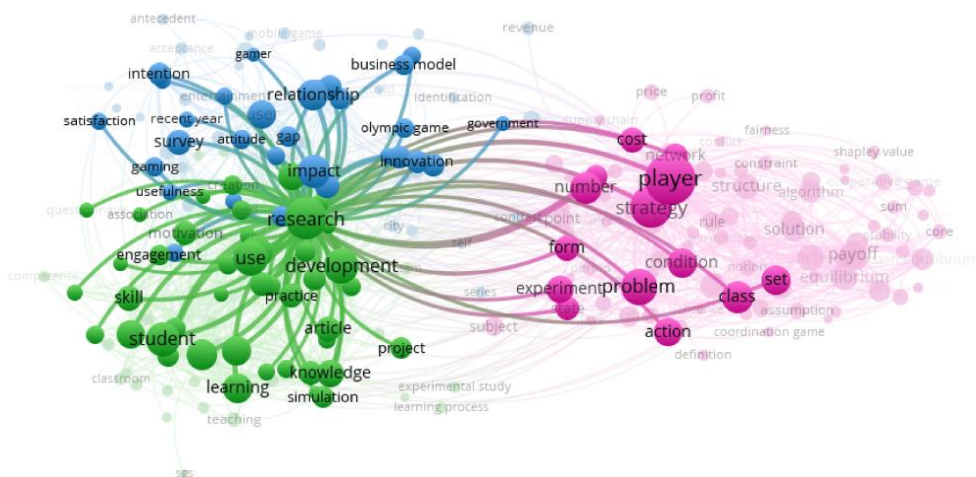
Clusterelor de jucători:

Clusterul Player se concentrează pe diferitele categorii de jucători din jocurile de afaceri, inclusiv antreprenorii, managerii, consultanții și investitorii. Acest cluster este important pentru a înțelege rolurile diferitor părți implicate în jocurile de afaceri și modul în care acestea interacționează între ele. De asemenea, acest cluster poate ajuta la identificarea unor modele sau strategii comune ale jucătorilor de succes.

Clusterelor de relație și impact:

Acest cluster se concentrează pe relațiile dintre jucători și impactul jocurilor de afaceri asupra diferitor aspecte ale economiei și societății, cum ar fi inovația, mediul de afaceri, dezvoltarea regională și dezvoltarea socială. Clusterul expus este important pentru a înțelege efectele jocurilor de afaceri asupra

interdisciplinară care poate ajuta la identificarea tendințelor și a direcțiilor viitoare în cercetarea și practica jocurilor de afaceri. Prin înțelegerea acestor clustere și a interacțiunilor dintre ele, cercetătorii și practicienii pot dezvolta noi idei și strategii pentru a obține avantaje competitive în afaceri.



Sursa: elaborare proprie pe baza VOSviewer software

dezvoltarea de competențe și abilități necesare în afaceri, astfel încât aceștia să poată învăța într-un mod practic și interactiv despre diferite aspecte ale afacerilor. Practicarea abilităților într-un mediu simulat este un aspect important reflectat prin termenii „practică” și „simulare”. Prin intermediul jocurilor de afaceri, elevii și practicanții pot exersa diferite scenarii și situații de afaceri, astfel încât să fie pregătiți pentru circumstanțe reale de afaceri. În plus, „creația” și „implicarea” pot fi interpretate ca referindu-se la dezvoltarea de jocuri de afaceri personalizate pentru anumite industrii sau organizații și la implicarea participanților în procesul de creare și testare a acestor jocuri. Jocurile de afaceri sunt concepute pentru a fi creative și interesante, astfel încât să atragă elevii și practicanții, să-i implice astfel în procesul de învățare. „Motivația” și „impactul” sunt termeni relevanți pentru cercetarea jocurilor de afaceri, deoarece acestea pot fi utilizate pentru a măsura motivația

eficiente în procesul de învățare. Studiile arată că jocurile de afaceri pot avea un impact pozitiv asupra dezvoltării abilităților și cunoștințelor de afaceri ale elevilor și practicantilor.

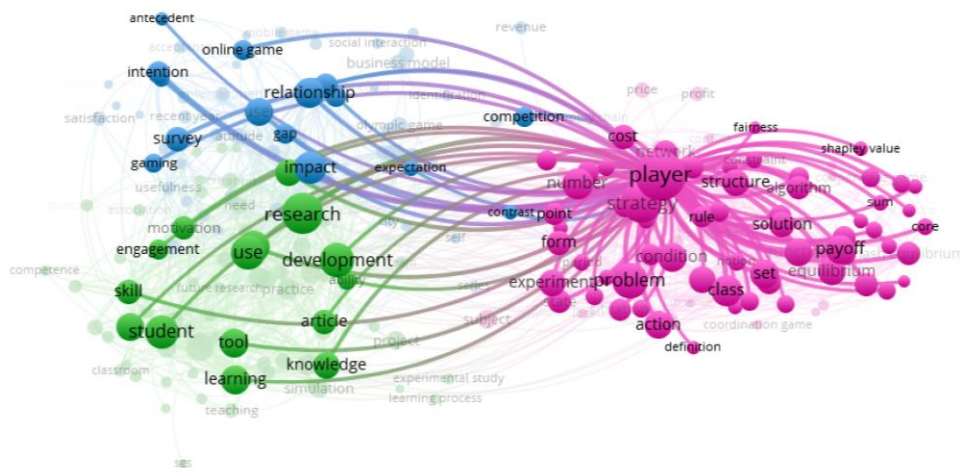
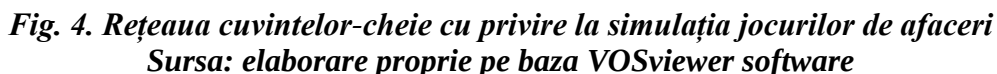


Fig. 3. Rețeaua cuvintelor-cheie cu privire la clusterul jucător (Player)
Sursa: elaborare proprie pe baza VOSviewer software

Acest cluster poate să indice faptul că cercetătorii din aria respectivă își concentrează eforturile în studierea jucătorului, mai precis, în cazul de față, studierea educabilului, care întotdeauna a fost subiectul central al educației. Prin analizarea hărții bibliometrice a Jocurilor de Afaceri, putem observa că principalul cluster, „jucătorul”, este strâns legat de mai multe alte cluster, care includ concepte, precum strategie, problemă, experiment, câștig, acțiune, condiție, algoritm, eficiență, echilibru, soluție, clasa/curs/ora, jocuri coordonate și reguli. Aceste conexiuni sugerează că jucătorul este văzut nu doar ca un element central al jocului, ci și ca un factor-cheie în dezvoltarea strategiilor, găsirea de soluții și înțelegerea aspectelor tehnice ale jocului. De exemplu, conexiunea cu clusterul „strategie” sugerează că jucătorii sunt văzuți ca un element

important în dezvoltarea și aplicarea strategiilor de afaceri. În același timp, conexiunea cu clusterul „câștig” sugerează că jucătorii sunt percepuți ca un factor important în câștigul din domeniul afacerilor și în obținerea unui avantaj competitiv. De asemenea, conexiunea cu clusterul „experiment” indică faptul că jucătorii sunt adesea subiecți ai unor experimente pentru a înțelege comportamentul lor și pentru a dezvolta strategii mai eficiente. Conexiunea cu clusterul „algoritm” sugerează că jucătorii analizează și înțeleg prin intermediul unor modele matematice și algoritmice. În general, aceste conexiuni sugerează că jocurile de afaceri sunt un domeniu complex, care implică aspecte, precum „strategie”, „comportament”, „tehnologie” și „matematică”. Jucătorul este un element central în acest domeniu, iar analiza comportamentului lor poate oferi o mai bună înțelegere a modului în care strategiile și tehnologiile pot fi aplicate pentru a obține câștiguri și avantaje competitive.



turism, consumatori, atenție, revizuire, percepție, marketing, viitor, influență și cercetători. Acest cluster sugerează că simulațiile jocurilor de afaceri sunt utilizate pentru a dezvolta și a testa strategii de marketing și pentru a evalua modul în care consumatorii percep diferitele produse și servicii. De asemenea, el evidențiază importanța cercetării și a experimentelor în domeniul afacerilor. În general, aceste clustere lasă să se înțeleagă că simulările jocurilor de afaceri sunt folosite pentru a dezvolta și testa abilitățile practice, pentru a testa strategii de afaceri și de marketing și pentru a evalua comportamentul și performanța jucătorilor în diferite scenarii de afaceri.

Alături de analiza bibliometrică realizată, s-a efectuat și un studiu de caz, care a implicat o grupă de 30 de elevi de la specializarea Tehnician în turism la un Colegiu Economic din România. Am creat un joc de afaceri (în cadrul firmei de exercițiu) bazat pe industria turistică, în care elevii au fost împărțiți în echipe de câte 5 și au fost responsabili pentru gestionarea unei agenții de turism virtuale, a unui hotel, a unei firme de organizări evenimente, pe platforma ROCT (Rețeaua firmelor de exercitiu). Jocul a durat o

săptămână, iar elevii a trebuit să ia decizii în timp real cu privire la aspecte precum marketingul, vânzările, serviciile turistice și gestionarea relațiilor cu clienții. De asemenea, am inclus scenarii de criză, cum ar fi situații de urgență, greve sau evenimente neașteptate, care ar putea afecta afacerea. Înainte și după jocul de afaceri, am aplicat un set de chestionare și teste pentru a evalua dezvoltarea abilităților de comunicare și a competențelor în turism. Rezultatele au arătat o îmbunătățire semnificativă în ambele domenii. Elevii au raportat că jocul de afaceri i-a ajutat să înțeleagă mai bine conceptele teoretice, cum ar fi marketingul în turism sau managementul serviciilor turistice, și i-a pregătit mai bine pentru situațiile reale din industrie. De asemenea, elevii au dezvoltat abilități de colaborare într-o echipă, de negociere și de comunicare eficientă cu clienții și cu alte departamente din cadrul afacerii. Studiul de caz prezentat arată că jocurile de afaceri pot fi o metodă eficientă și atractivă de predare pentru elevii de la specializarea turism.

Realizarea unui **model de curriculum inovator bazat pe jocuri de afaceri**, care ar putea fi implementat într-un program de studii a viitorilor tehnicieni în turism:

Modulul 1:

- Introducere în jocurile de afaceri și industria turismului
- Prezentarea jocurilor de afaceri și a beneficiilor lor pentru învățarea în turism
- Prezentarea industriei turismului și a tendințelor actuale
- Jocul de afaceri 1 - Managementul unui hotel

Împărțirea elevilor în echipe de management al hotelului

Simularea operațiunilor unui hotel și identificarea problemelor și soluțiilor

Dezvoltarea abilităților de comunicare în cadrul echipei și cu clienții hotelului

Modulul 2:

- Jocul de afaceri 2 - Marketing turistic
- Împărțirea elevilor în echipe de marketing turistic

Simularea activităților de marketing și promovare a unui hotel sau a unei destinații turistice

Dezvoltarea abilităților de comunicare în cadrul echipei și cu clienții

Modulul 3:

- Jocul de afaceri 3 - Managementul agenției de turism

Împărțirea elevilor în echipe de management al agenției de turism

Simularea operațiunilor unei agenții de turism și identificarea problemelor și soluțiilor

Dezvoltarea abilităților de comunicare în cadrul echipei și cu clienții agenției

Modulul 4:

- Jocul de afaceri 4 - Gestionarea evenimentelor turistice

Împărțirea elevilor în echipe de gestionare a evenimentelor turistice

Simularea organizării și desfășurării unui eveniment turistic (expoziție, conferință, festival etc.)

Dezvoltarea abilităților de comunicare în cadrul echipei și cu clienții evenimentului

Modulul 5:

- Evaluare și feedback

Evaluarea performanței echipelor în jocurile de afaceri

Feedback-ul oferit elevilor pentru a îmbunătăți abilitățile de comunicare și competențele în turism.

Curriculumul propus ar putea fi adaptat în funcție de nevoile și specificul programului de studii în turism, precum și de resursele disponibile pentru implementare.

Curriculumul inovator pentru învățarea prin joc de afaceri în turism are la bază o abordare interactivă și personalizată, care încurajează participarea activă a elevilor și le oferă oportunitatea de a-și dezvolta abilitățile de comunicare și competențele în domeniu. Dintre cele mai importante **etape ale conceperii și implementării curriculumului inovator** amintim:

1. Identificarea obiectivelor: curriculumul trebuie să fie aliniat cu obiectivele de învățare și să se concentreze pe

dezvoltarea abilităților specifice pentru domeniul turismului, cum ar fi managementul, marketingul și relațiile cu clienții.

2. Selectarea jocurilor de afaceri potrivite: curriculumul ar trebui să includă o selecție de jocuri de afaceri relevante pentru turism, care să pună accent pe abilitățile de comunicare și relaționare cu clienții.

3. Crearea unui mediu de învățare interactiv: învățarea trebuie să fie interactivă și personalizată, astfel încât fiecare elev să aibă oportunitatea de a se implica activ și de a-și dezvolta abilitățile. Curriculumul ar trebui să includă exerciții practice, dezbateri și proiecte care să pună accent pe interacțiunea dintre elevi și dintre aceștia și formator.

4. Evaluarea progresului elevilor: curriculumul trebuie să includă metode de evaluare care să permită formatorului să monitorizeze progresul elevilor și să ofere feedback regulat. Aceste metode pot include teste, evaluări scrise și evaluări ale proiectelor.

5. Modernizarea curriculumului: curriculumul ar trebui actualizat în mod regulat pentru a se asigura că rămâne relevant pentru evoluția industriei turismului și pentru schimbările privind abilitățile și competențele necesare.

În general, curriculumul inovator pentru învățarea prin joc de afaceri în turism trebuie să fie bine planificat, relevant și interactiv, permițând astfel elevilor să-și dezvolte abilitățile și să însușească cunoștințe utile pentru a-și construi o carieră de succes în domeniu.

Exemple de bune practici pentru modulele expuse:

Titlul jocului: "Hotel manager"

Scopul jocului este de a gestiona eficient un hotel și de a maximiza profiturile prin luarea de decizii înțelepte privind resursele, strategia de marketing și dezvoltarea serviciilor.

Mecanica jocului: jocul simulează activitatea unui hotel. Jucătorii vor fi responsabili de gestionarea tuturor aspectelor hotelului, inclusiv de alocarea resurselor,

strategia de marketing, angajarea și formarea personalului și dezvoltarea serviciilor. Pentru a câștiga jocul, participanții trebuie să mențină hotelul profitabil și să satisfacă cerințele și nevoile clienților.

Structura jocului:

1. Crearea hotelului: jucătorii trebuie să creeze un hotel de la zero, să aleagă locația, să decidă ce tip de hotel doresc să construiască, să stabilească numărul de camere, nivelul de confort și facilitățile pe care le vor oferi clienților.

2. Managementul resurselor: jucătorii trebuie să gestioneze resursele hotelului, inclusiv alocarea bugetului, gestionarea stocurilor de alimente și băuturi, precum și a resurselor umane.

3. Marketing și promovare: jucătorii trebuie să dezvolte strategii de marketing și promovare pentru a atrage noi clienți și pentru a menține clienții existenți. Aceasta poate include strategii de publicitate online, campanii de marketing prin email, strategii de promovare prin intermediul rețelelor sociale și alte metode de promovare.

4. Managementul personalului: jucătorii trebuie să angajeze și să formeze personalul hotelului. Acesta poate include personalul de la recepție, bucătarii, chelnerii și personalul de curățenie.

5. Managementul serviciilor: jucătorii trebuie să dezvolte serviciile oferite de hotel și să se asigure că ele răspund nevoilor clienților. Aceasta poate include dezvoltarea de servicii suplimentare, cum ar fi spa-uri sau săli de conferințe.

6. Decizii strategice: jucătorii trebuie să ia decizii strategice privind dezvoltarea hotelului și îmbunătățirea performanțelor. Aceasta poate include decizii privind investițiile în facilități suplimentare, modernizarea infrastructurii sau schimbarea strategiei de marketing.

7. Competiție: jucătorii pot fi plasați într-o competiție cu alți jucători pentru a vedea cine poate gestiona cel mai bine hotelul și a obține cel mai mare profit.

Titlul jocului: "Marketing turistic"

Scopul jocului: este de a dezvolta și de a implementa strategii de marketing turistic pentru a atrage turiști într-un anumit oraș sau destinație și a obține profituri.

Mecanica jocului: jocul simulează activitatea unei agenții de turism sau a unui birou de promovare turistică. Jucătorii vor fi responsabili de gestionarea tuturor aspectelor legate de marketingul turistic, inclusiv dezvoltarea strategiilor, promovarea destinațiilor, organizarea evenimentelor și gestionarea bugetului. Pentru a câștiga jocul, participanții trebuie să atragă un număr maxim de turiști și să obțină profituri din aceștia.

Structura jocului:

1. Alegerea destinației: jucătorii trebuie să aleagă o destinație pentru a o promova, în funcție de interesele și preferințele turiștilor, de atractivitatea turistică a zonei și resursele disponibile pentru promovare.

2. Dezvoltarea strategiilor: jucătorii trebuie să dezvolte strategii de marketing pentru a atrage turiști în destinația aleasă. Aceasta poate include strategii de publicitate online, campanii de marketing prin email, strategii de promovare prin intermediul rețelelor sociale, organizarea de evenimente și alte metode de promovare.

3. Promovarea destinației: jucătorii trebuie să promoveze destinația prin intermediul canalelor de marketing și să dezvolte materiale de promovare, cum ar fi broșuri, pliante, videoclipuri și fotografii.

4. Organizarea de evenimente: jucătorii pot organiza evenimente care să atragă turiști în destinație, cum ar fi festivaluri, concerte sau expoziții.

5. Gestionarea bugetului: jucătorii trebuie să gestioneze bugetul alocat pentru promovarea destinației și să facă alegeri înțelepte privind cheltuielile pentru a maximiza impactul strategiilor de marketing.

6. Decizii strategice: jucătorii trebuie să ia decizii strategice privind dezvoltarea strategiilor de marketing și îmbunătățirea performanțelor de marketing. Acesta poate

include decizii privind investițiile în campanii publicitare, dezvoltarea de parteneriate cu alte companii sau instituții și schimbarea strategiei de marketing în funcție de feedbackul și cerințele turiștilor.

7. Competiție: jucătorii pot fi plasați într-o competiție cu alți jucători pentru a vedea cine poate gestiona cel mai bine marketingul turistic și a obține cel mai mare profit.

Titlul jocului: "Managementul agenției de turism"

Scopul jocului este de a gestiona cu succes o agenție de turism și de a câștiga profit prin organizarea de excursii, vacanțe și alte servicii turistice.

Mecanica jocului: jocul simulează activitatea unei agenții de turism. Jucătorii vor fi responsabili de gestionarea tuturor aspectelor legate de agenția de turism, inclusiv organizarea excursiilor, promovarea destinațiilor, vânzarea de servicii și gestionarea bugetului. Pentru a câștiga, jucătorii trebuie să obțină profituri și să mențină clienții satisfăcuți cu serviciile oferite.

Structura jocului:

1. Alegerea destinațiilor: jucătorii trebuie să aleagă destinații populare și atractive pentru a organiza excursii și vacanțe, ținând cont de preferințele clienților și de atractivitatea turistică a zonei.

2. Planificarea excursiilor: jucătorii trebuie să planifice excursiile, alegând itinerarii, activități și servicii suplimentare, precum cazare, transport și ghid turistic.

3. Vânzarea de servicii: jucătorii trebuie să vândă serviciile turistice către clienți, prin intermediul site-urilor web, al aplicațiilor mobile sau al altor canale de vânzare.

4. Promovarea agenției: jucătorii trebuie să promoveze agenția prin intermediul canalelor de marketing și să dezvolte materiale de promovare, cum ar fi broșuri, pliante, videoclipuri și fotografii.

5. Gestionarea bugetului: jucătorii trebuie să gestioneze bugetul alocat pentru organizarea excursiilor și să facă alegeri

înțelepte privind cheltuielile pentru a maximiza profitul agenției.

6. Gestionarea relațiilor cu clienții: jucătorii trebuie să mențină clienții satisfăcuți prin oferirea de servicii de calitate și prin rezolvarea rapidă a oricăror probleme sau plângeri.

7. Dezvoltarea afacerii: jucătorii trebuie să ia decizii strategice privind dezvoltarea afacerii, inclusiv extinderea ofertei de servicii, dezvoltarea de parteneriate și deschiderea de noi sucursale.

8. Competiție: jucătorii pot fi plasați într-o competiție cu alte agenții de turism pentru a vedea cine poate gestiona cel mai bine afacerea și a obține cel mai mare profit.

Titlul jocului: "Gestionarea evenimentelor turistice"

Scopul jocului este de a gestiona cu succes evenimente turistice și de a câștiga profit prin organizarea și promovarea acestora.

Mecanica jocului: jocul activitatea unei agenții de organizare a evenimentelor turistice. Jucătorii vor fi responsabili de gestionarea tuturor aspectelor legate de organizarea de evenimente turistice, inclusiv stabilirea conceptului evenimentului, promovarea acestuia, vânzarea de bilete și gestionarea bugetului. Pentru a câștiga, jucătorii trebuie să obțină profituri și să organizeze evenimente de succes.

Structura jocului:

1. Alegerea conceptului evenimentului: jucătorii trebuie să aleagă conceptul evenimentului și tema acestuia, ținând cont de preferințele publicului țintă și de atractivitatea evenimentului.

2. Planificarea evenimentului: jucătorii trebuie să planifice evenimentul, alegând locația, programul și toate celelalte detalii necesare pentru a organiza un eveniment reușit.

3. Vânzarea de bilete: jucătorii trebuie să vândă bilete pentru eveniment, prin intermediul site-urilor web, al aplicațiilor mobile sau al altor canale de vânzare.

4. Promovarea evenimentului: jucătorii trebuie să promoveze evenimentul prin intermediul canalelor de marketing și să dezvolte materiale de promovare, cum ar fi afișe, pliante, videoclipuri și fotografii.

5. Gestionarea bugetului: jucătorii trebuie să gestioneze bugetul alocat pentru organizarea evenimentului și să facă alegeri înțelepte privind cheltuielile pentru a maximiza profitul evenimentului.

6. Gestionarea relațiilor cu clienții: jucătorii trebuie să mențină clienții satisfăcuți prin oferirea de servicii de calitate și prin rezolvarea rapidă a oricăror probleme sau plângeri.

7. Dezvoltarea afacerii: jucătorii trebuie să ia decizii strategice privind dezvoltarea afacerii, inclusiv extinderea ofertei de servicii, dezvoltarea de parteneriate și deschiderea de noi sucursale.

8. Competiție: jucătorii pot fi plasați într-o competiție cu alte agenții de organizare a evenimentelor turistice pentru a vedea cine poate gestiona cel mai bine afacerea și a obține cel mai mare profit.

Pentru a evalua eficacitatea curriculumului inovator privind învățarea prin joc de afaceri în turism, este important să folosim metode de evaluare relevante și obiective. Printre metodele de evaluare ce pot fi folosite enumerăm:

1. Evaluarea inițială, care poate fi utilizată pentru a stabili nivelul de competențe și abilități ale elevilor înainte de începerea cursului. Aceasta poate fi realizată printr-un test sau o evaluare a competențelor.

2. Evaluarea continuă, care se face pe parcursul cursului pentru a monitoriza progresul elevilor și pentru a identifica eventualele probleme sau nevoi de îmbunătățire. Aceasta poate fi realizată prin intermediul exercițiilor și proiectelor practice, a dezbaterilor, al participării la jocurile de afaceri sau al altor metode care să permită monitorizarea activității elevilor.

3. Evaluarea finală, care poate fi utilizată pentru a evalua competențele și

abilitățile dobândite de elevi în urma cursului. Aceasta poate fi realizată printr-un test final sau o evaluare a competențelor, iar rezultatele pot fi comparate cu cele ale evaluării inițiale.

4. Feedback-ul elevilor, care reprezintă o metodă importantă de evaluare a eficacității curriculumului inovator. Acesta poate fi realizat prin intermediul unor sondaje sau chestionare de evaluare a satisfacției și a feedback-ului cu privire la metodele de predare, exercițiile și jocurile de afaceri utilizate.

5. Feedback-ul de la angajatori, care poate fi utilizat pentru a evalua eficacitatea curriculumului inovator în termeni de relevanță și valoare pentru industria turismului. Acesta poate fi realizat prin intermediul unor sondaje sau chestionare de evaluare a feedback-ului cu privire la abilitățile și competențele dobândite de elevi în urma cursului.

Toate aceste metode de evaluare enunțate pot fi folosite pentru a monitoriza progresul elevilor și a îmbunătăți curriculumul inovator pentru învățarea prin joc de afaceri în turism.

Concluzii:

În urma analizei datelor colectate, s-a putut observa că utilizarea jocurilor de afaceri în cadrul curriculumului inovator a avut un

impact pozitiv asupra dezvoltării abilităților de comunicare și a competențelor în turism ale participanților. Astfel, prin intermediul jocurilor de afaceri, elevii și-au putut dezvolta abilități, precum negocierea, prezentarea și argumentarea ideilor, lucru care le va fi de ajutor în viitorul lor profesional din domeniul turismului. De asemenea, prin intermediul jocurilor de afaceri, aceștia au putut dobândi o mai bună înțelegere a aspectelor teoretice ale domeniului și au putut aplica aceste cunoștințe într-un context practic. Curriculumul inovator a fost dezvoltat astfel, încât să permită participanților să se implice activ în procesul de învățare, prin intermediul jocurilor de afaceri și al activităților practice. S-a observat că acest tip de curriculum a fost foarte bine primit de către elevi, care au arătat o mare implicare și motivație în ceea ce privește învățarea prin joc de afaceri. Rezultatele cercetării arată că utilizarea jocurilor de afaceri în cadrul curriculumului inovator poate fi o metodă eficientă de a dezvolta abilități de comunicare și de a dobândi competențe în domeniul turismului. În concluzie, curriculumul inovator ar putea fi implementat în instituțiile de învățământ pentru a-i pregăti pe elevi pentru viitorul lor profesional în domeniul turismului, într-un mod inovativ și interactiv.

Referințe bibliografice:

1. Al-Sabbagh, M.Q. & Al-Ghaith, W.S. (2019). Business games as a tool to enhance the teaching of hotel management and tourism services. In: *International Journal of Business and Society*, 20(S1): 97-106.
2. Baldwin, T., Pierce, J., Joines, R., & Farouk, S. (2011). The elusiveness of applied management knowledge: A critical challenge for management educators. In: *Academy of Management Learning & Education*, 10(4): 583–605. doi: 10.5465/amle.2010.0045
3. Ben-Zvi, T. (2010). The efficacy of business simulation games in creating Decision Support Systems: An experimental investigation. In: *Decision Support Systems*, 49(1): 61–69. doi:10.1016/j.dss.2010.01.002
4. Cadotte, E.R. (2016). Creating value in marketing and business simulations: An author's viewpoint. In: *Journal of Marketing Education*, 38(2): 119–129.
5. Caruso, J.V. (2019). Using Business Simulations to Prepare Students to Think Critically, Make Better Decisions, and Solve Business Problems, Vol. 46: Developments in Business Simulation and Experiential Learning., In: *Developments in Business Simulation and Experiential Learning: Proceedings of the Annual ABSEL conference* <https://absel-ojs-ttu.tdl.org/absel/index>

6. Dicheva, D., Dichev, C., Agre, G., & Angelova, G. (2015). Gamification in education: A systematic mapping study. In: *Journal of Educational Technology & Society*, 18(3): 75-88.
7. Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J.H. & Tosca, S.P. (2016). Understanding video games: The essential introduction. Routledge.
8. Garris, R., Ahlers, R., & Driskell, J.E. (2002). Games, motivation, and learning: A research and practice model. In: *Simulation & Gaming*, 33(4): 441-467.
9. Goi, C.-L. (2018). The use of business simulation games in teaching and learning. In: *Journal of Education for Business*, 94(5): 342–349. doi:10.1080/08832323.2018.1536028.
10. Kapp, K.M. (2012). The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education. Pfeiffer, San Francisco, CA.
11. Law, C., & Chen, Y. (2012). The effectiveness of using business simulation games in teaching: A review of the literature. In: *International Journal of Management Education*, 10(3), 98-110.
12. Muntean, C.H. (2011). Raising engagement in e-learning through gamification. In: *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29: 409-413.
13. Olaru, I.N. & Colțan, G.A. (2019). Enhancing students' communication skills through business simulation games in tourism education. In: *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1): 1-15.
14. Prensky, M. (2001). Digital game-based learning. McGraw-Hill.
15. Reiners, T., Wood, L.C. & Chang, V. (2016). The impact of game-based learning on the achievement of learning objectives and motivation for learning mathematics—Literature review and meta-analysis. In: *Journal of Educational Technology & Society*, 19(3): 133-148.
16. Rousseau, D.M. (2012). Envisioning evidence-based management. In: D. M. Rousseau (Ed.), *Oxford handbook of evidence-based management*. Oxford University Press.
17. Salas, E., Wildman, J. L. & Piccolo, R. (2009). Using simulation based training to enhance management education. In: *Academy of Management Learning and Education*, 8: 559–573.
18. Sitzmann, T. (2011). A meta-analytic examination of the instructional effectiveness of computer-based simulation games. In: *Personnel Psychology*, 64(2): 489-528.
19. Thaiposri, P., Pumprasert, N. & Sumalee, C. (2018). The development of game-based learning model in higher education. In: *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1): 49-55.
20. Vlachopoulos, D., & Makri, A. (2017). The effect of games and simulations on higher education: A systematic literature review. In: *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(1): 1-28.