



Curs de instruire

PENTRU FORMARE DE COMPETENȚE ÎN
DOMENIUL TURISMULUI,
DESTINAT FEMEILOR DIN MEDIUL RURAL

Universitatea de Stat din Moldova

Echipa de experți



**Veronica
BULAT**



**Maria
HĂMURARU**



**Natalia
ANTOCI**



**Adriana
BUZDUGAN**



**Ina
DOMBROVSKI**



**Alexandr
CEAIKOVSKII**



**Nadejda
NAZARI**



**Mihaela
BALMUȘ-ANDONE**



**Mariana
STOICA**



**Natalia
GAVRILĂȘ**

Cine suntem?



Una dintre cele mai rapide căi de a-ți transforma visurile în realitate este să te înconjori de oameni de succes. Întâlnirea și interacțiunea cu aceștia îți pot deschide uși pe care nici nu știai că există.



Ce ne dorim?

Despre ce discutăm:

Siguranța și securitatea turiștilor

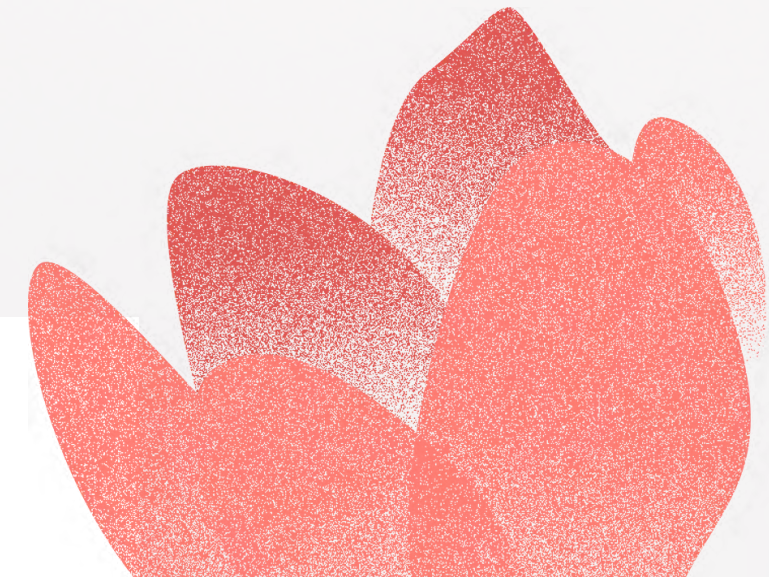
Sănătatea și igiena în sectorul turistic

Servirea clienților

Ghidajul turistic

Competențe digitale în turism

Managementul activității financiare în industria turismului





Siguranța și securitatea turiștilor

Conținuturi:

1. Responsabilități naționale și locale pentru siguranța și securitatea în turism
2. O abordare sectorială a siguranței și securității în turism
3. Siguranța și securitatea informațională în turism

Competențe:

- Dotarea participanților cu cunoștințele și competențele necesare pentru a contribui la îmbunătățirea siguranței și securității în turism, fie că este vorba de roluri legate de dezvoltarea politicilor, managementul riscului sau managementul operațional în cadrul industriei turistice.
- Aplicarea unei abordări sectoriale asupra siguranței și securității în turism, permițându-le să abordeze provocările și oportunitățile unice prezentate de diferite segmente ale industriei turistice.
- Pregătirea participanților pentru a aborda eficient provocările și oportunitățile legate de securitatea informațională în industria turismului.





Concepte teoretico-aplicative



**Responsabilități
naționale**



**Responsabilități
locale**



**Abordări
sectoriale**



**Securitate
informațională**



Surse sigure de informare:

OFICIUL NAȚIONAL AL TURISMULUI AL REPUBLICII MOLDOVA

Subiecte

- ✓ Promovarea Moldovei ca destinație turistică pe plan extern și intern;
- ✓ Organizarea și susținerea participării la expoziții și târguri internaționale specializate în vederea prezentării ofertei turistice de țară;
- ✓ Organizarea tururilor informaționale și de presă;
- ✓ Realizarea video-urilor de promovare despre Republica Moldova;
- ✓ Elaborarea anuală a Agendei naționale de evenimente cultural-turistice Pomul Vieții.



Chisinau, N. Iorga, 21

office@turism.gov.md

www.turism.gov.md

Surse sigure de informare:

AGENȚIA DE INVESTIȚII

Subiecte

- ✓ Promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică
- ✓ Atragerea investițiilor în domeniul de turism receptor
- ✓ Colaborări internaționale la nivel de țară



turism@invest.gov.md

www.invest.gov.md

<https://www.facebook.com/ANTRIM.MD>

Surse sigure de informare:

CENTRUL DE INFORMARE PENTRU TURIȘTI DIN MOLDOVA

Subiecte

- ✓ Oferirea consultațiilor și informarea turiștilor străini despre atracțiile turistice din Moldova.
- ✓ Oferirea de tururi gratuite Free Walking Tours la solicitare
- ✓ Rezervarea excursiilor și vizitelor la atracțiile turistice, în special vinării
- ✓ Organizare evenimente cu scopul mediatizării produselor turistice (demonstrații de produs, prezentări de produs, degustații)
- ✓ Gazduirea evenimentelor și întâlnirilor sectoriale de turism receptor
- ✓ Comercializarea suvenirelor pe tematica turistică
- ✓ Editare și distribuția hărților turistice și materialelor informative



CENTRUL DE
INFORMARE
PENTRU TURIȘTI
DIN MOLDOVA

Bd. Ștefan cel Mare 83,

mun. Chișinău

tic@antrim.md

www.facebook.com/moldovainfocenter

www.instagram.com/visitmoldova/

Informații despre condițiile de precauție:

Securitatea în turism	Securitatea în sănătate	Legislație	Călătorii	URGENTE
Condiții climaterice	Asigurări de călătorie	Legislație internațională	Vize de călătorie	Serviciu de urgență 112
Regim politic	Riscuri de sănătate	Legislație locală	Pașaport	
Terorismul	Asistență medicală urgentă	Cetățenie dublă/ triplă etc.	Reurse financiare	Servicii consulare
Călătorii în Transnistria	Asistență medicală specifică	Servicii preferențiale	Particularități specifice (regiunea transnistreană)	



INSTRUCTIUNE

privind acțiunile in cazul situațiilor excepționale

SEISMUL

CONTAMINAREA
CHIMICA-
RADIOCTIVĂ A
TERITORIULUI

FORTĂ
MAJORĂ

PLOI
TORENȚIALE

INCENDII

FURTUNA

ALUNECĂRI
DE TEREN





Studiu de caz *de* BUNE PRACTICI

**Analizând situațiile de caz,
elaborați recomandări de
acțiune în funcție de
circumstanțele de cauză.**





Studiu de caz

de BUNE PRACTICI

Spania

Cea mai competitivă țară europeană din punct de vedere al dezvoltării industriei turismului

Suedia

Cea mai diversificată ofertă eco-turistică. deține 5241 de rezervații naturale și 30 parcuri naționale. 94% din populația Suediei are acces la o rezervație naturală, parc național sau zonă naturală protejată la o distanță medie de 2 km.

România

Cel mai apropiat model de inspirație pentru țara noastră





Safety. What information is it handy to know?



[Home](#) | [Practical information](#)

Spain is one of the safest countries in the world. Nevertheless, we'll give you a series of recommendations to follow during your stay and tell you the emergency telephone number and the app that you can use to communicate directly with law enforcement authorities.

- [Is Spain a safe country?](#)
- [What is the emergency telephone number?](#)
- [Safe tourism and AlertCops](#)

[SHARE](#)[SAVE FAVOURITE](#)

WHERE TO GO →

REGIONS

-  Northern Sweden
-  Middle Sweden
-  Southern Sweden

CITIES

-  Stockholm
-  Gothenburg
-  Malmö

WHERE TO GO AND HOW TO GET TO SWEDEN

Where can I find information about travelling to and around in Sweden?



Where can I find specific information about a destination?



I WANT TO LEARN MORE ABOUT SWEDEN

Where can I find general information about Sweden?





Romania – Travel and Tourism information

Authentic, Natural and Cultural
are the words that best capture the essence of Romania,
a dynamic country rich in [history](#), [arts](#) and scenic beauty.

Romania offers countless [unique travel experiences](#) that are waiting to be discovered.
A journey of three to four hours, by car or train, can take you
from the [Danube River](#) to a beautiful, intact, medieval town;
from [Bucharest](#) - Romania's capital city - to the [Black Sea](#);
from Southern Transylvania to [Bucovina](#) or [Maramures](#) regions.

Take a step back in time as you visit one of the unique [Painted Monasteries](#) in [Bucovina](#),
the perfectly preserved hilltop citadel of [Sighisoara](#) or an authentic, centuries-old, [village](#) in [Maramures](#).

Explore Romania's many [architectural treasures](#) and experience its vibrant and flourishing [arts scene](#).
We are looking forward to welcoming you to Romania!

Romania news and events:

- > [Travel to Romania given the Ukraine situation](#).
- > [Romania to gradually join the Schengen area](#),
starting with lifting controls at air and sea borders as of March 2024.
- > [Upcoming Romania Tours](#).
- > [New Danube River Cruise Itineraries](#).



Featured Hotel of the Month:

[The Marmorosch Bucharest | Autograph Collection](#)

Discover Romania with ExpediCAR

10% extra discount for all car rentals
Pick up in Bucharest and Timisoara

Discount code: ROTOURISM





Discuții de grup & NETWORKING

**Analizând regiunea din care Dumneavoastră
proveniți, cum credeți care ar fi informațiile
relevante la care turiștii ar trebui să aibă
acces pentru a avea o experiență frumoasă
de odihnă în cadrul destinației turistice?**



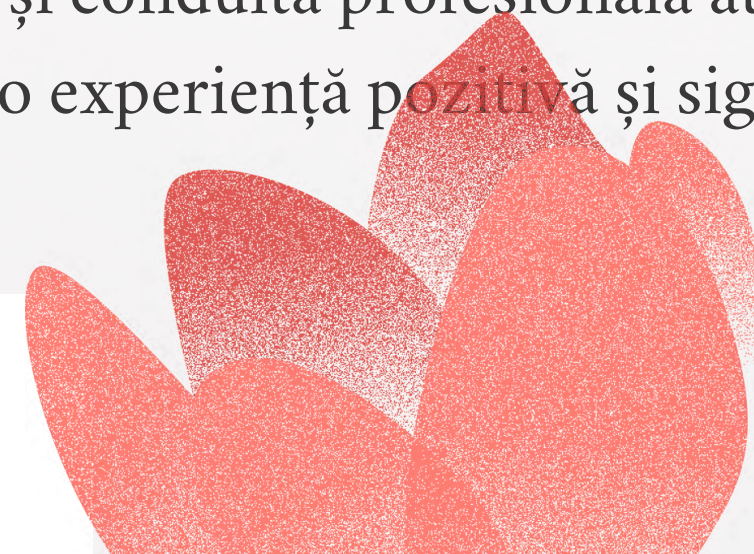
Sănătatea și igiena în sectorul turistic

Conținuturi:

1. Igiena mâinilor
2. Igiena respiratorie
3. Igiena mediului înconjurător

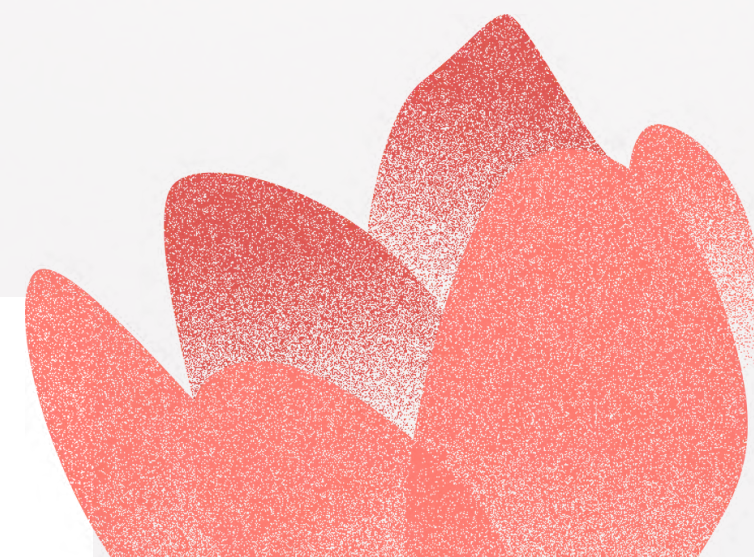
Competențe:

- Asigurarea că participanții dobândesc cunoștințele și competențele necesare pentru a menține standarde înalte de sănătate și igienă în industria turismului.
- Înțelegerea principiilor fundamentale ale sănătății și igienei, inclusiv importanța lor în sectorul turistic.
- Familiarizarea cu reglementările, ghidurile și standardele naționale și internaționale de sănătate aplicabile industriei turistice, cum ar fi reglementările privind siguranța alimentară și protocoalele de inspecție sanitară.
- Menținerea unui nivel înalt de igienă personală și conduita profesională atunci când interacționează cu turiștii pentru a asigura o experiență pozitivă și sigură.





Igiena mâinilor – o măsură crucială pentru sănătate





Importanța igienei mâinilor



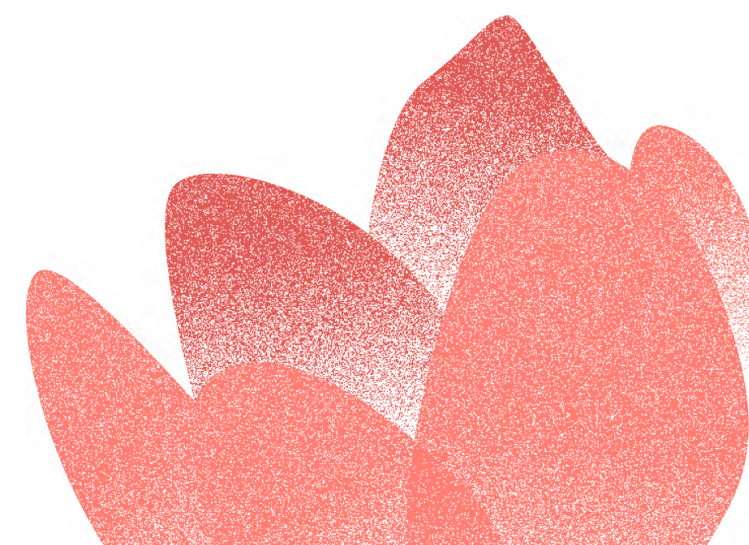
Protejarea sănătății personale



Prevenirea răspândirii bolilor în comunitate

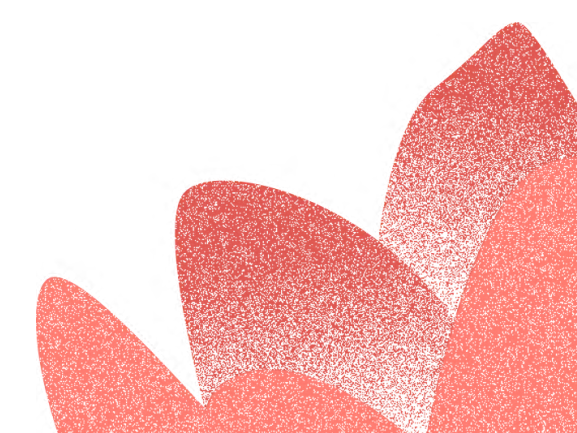
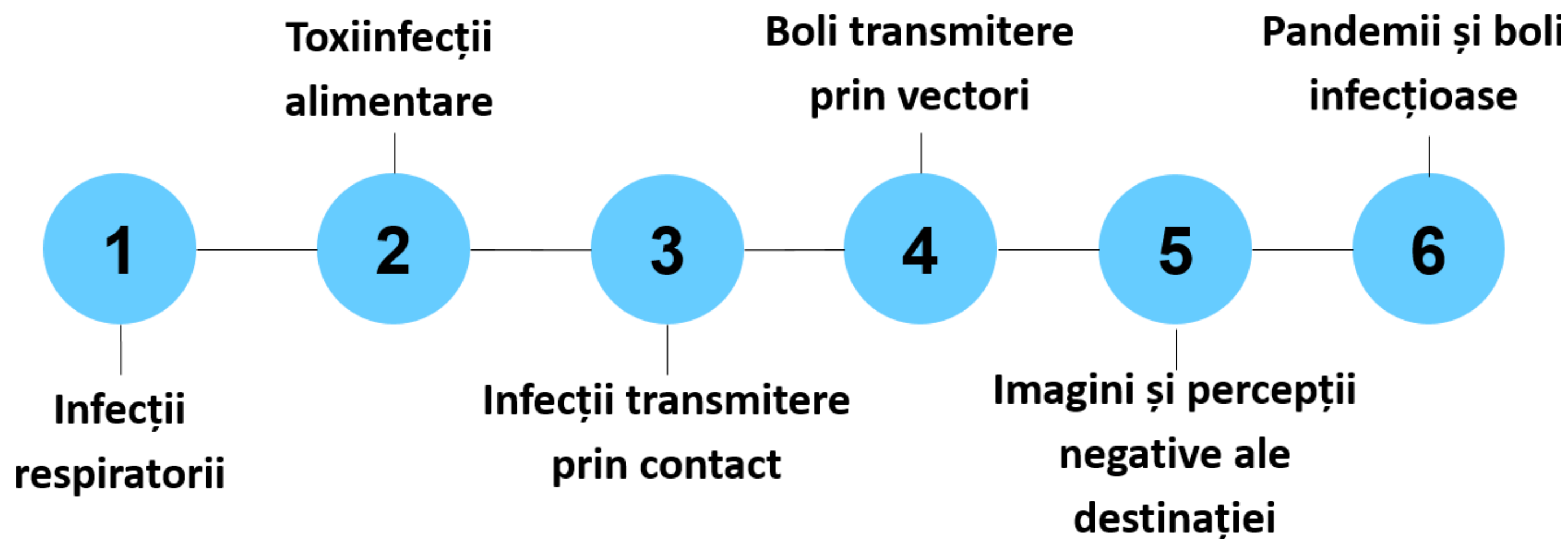


Reducerea riscului în contextul turismului





Riscuri pentru personalul din industria turismului



Spălăm mâinile...

După folosirea toaletei

Înainte de pregătirea sau consumul alimentelor

După contactul cu animale

După curățarea nasului, tusit sau strănut

După manipularea deșeurilor

După atingerea suprafețelor comune sau în spații publice

În timpul sau după îngrijirea unei persoane bolnave



Cum să te speli pe mâini



Umezirea mâinilor



Aplicarea săpunului



Fricționarea palmelor

Curățarea degetelor



Clătirea cu apă curată



Uscarea corectă



Importanța uscării mâinilor:

Uscătoarele de mâini

- Frecați-vă mâinile sub jetul de aer timp de cel puțin 20 de secunde.
- Asigurați-vă că uscați toate suprafețele mâinilor și degetelor.
- Nu atingeți suprafețele uscătorului de mâini după ce v-ați uscat mâinile.



Prosoapele de unică folosință

- Luați un prosop de unică folosință și uscați-vă mâinile prin ștergere.
- Aruncați prosopul de unică folosință la coșul de gunoi după utilizare.
- Nu reutilizați prosoapele de unică folosință.



Cum se folosește dezinfectantul pe bază de alcool 60%?



Aplică o cantitate suficientă de gel în palma unei mâini. Nu adauga apă.



Împrăștie gelul pe toată suprafața mâinilor și degetelor.



Freacă mâinile una de cealaltă până cand devin uscate. Ar trebui să dureze 20 de secunde.



Întrebări frecvente despre spălătul pe mâini

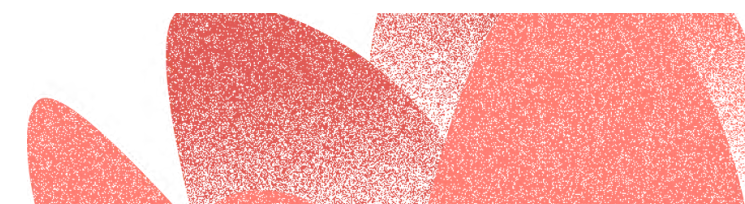
- **Cât timp trebuie să mă spăl pe mâini?**
- **Este mai bine să folosesc apa caldă sau rece?**
- **Dacă nu am săpun, pot să mă spăl doar cu apă?**
- **Săpunul solid este mai bun decât cel lichid?**
- **Dezinfectantul de mâini pe bază de alcool este mai bun decât apa și săpunul?**
- **Dezinfectantul de mâini care nu conține alcool este bun?**
- **Servețelele umede sau cele pentru copii îndepărtează germenii?**
- **Trebuie să folosesc un prosop de hârtie ca să închid robinetul după ce m-am spălat pe mâini?**
- **Pentru a-mi usca mâinile, ce este mai bine să folosesc: un prosop de hârtie sau un uscător cu aer?**
- **Pot să re folosesc prosopul de pânză pentru a-mi usca mâinile?**

Reguli pentru manipulanții de alimente.

NU!



- Nu tușiți sau strănutați pe alimente.
- Nu atingeți alimentele de pe farfuriile clienților.
- Nu mestecați gumă.
- Nu scuipați.
- Nu fumați.
- Nu lăsați părul să cadă pe alimentele clienților.
- Nu aveți răni neacoperite.
- Nu purtați oă.
- Nu gustați alimentele cu degetul sau cu o lingură folosită.



Reguli pentru manipulanții de alimente.

DA!

- Acoperă tăieturile sau rănille.
- Tușește sau strănută în cot.
- Raportați boala șefului dumneavoastră.
- Purtați plase de păr.
- Folosiți o lingură curată pentru a gusta mâncarea.
- Spălați-vă pe mâini după ce ați fumat, ați folosit toaleta și alte activități neigienice.



Îmbolnăviri și leziuni

Leziunile: se acoperă bine și se păstrează uscat



Anunțați-vă superiorul, de preferință prin telefon, dacă sunteți bolnav



Ești bolnav? Nu lucra!

Aspect profesional



**Bonetă sau
bandană**



**Tricou simplu
sau top**

Șorț curat

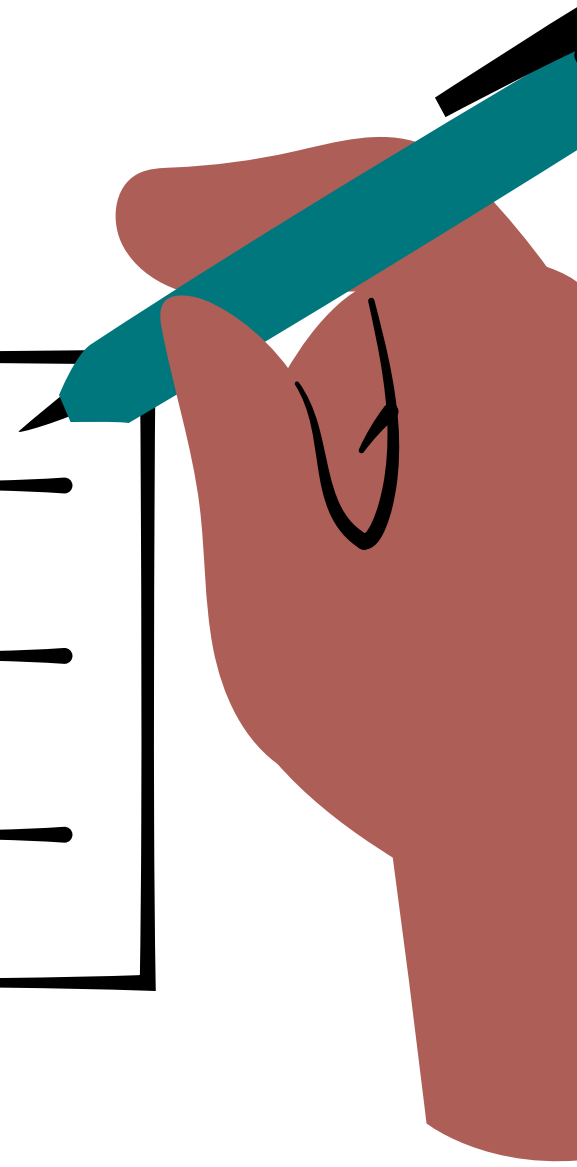
**Pantaloni lungi
sau fustă**

**Încălțăminte
nelunecoasă,
comodă, fixată
pe picior**



Activitate pe poster

**Efectuați o analiză a
incidentele critice de
igienă cu care v-ați
confruntat și ce
acțiuni ați propune
prestatorilor pentru a
crea un efect de
satisfacere a
serviciului**



☒	_____
☒	_____
☒	_____

MANAGEMENTUL ȘI GESTIUNEA DEȘEURILOR

**VIAȚĂ BUNĂ, ÎN LIMITELE
PLANETEI NOASTRE”:**



**luăm - producem -
consumăm - aruncăm”**



MANAGEMENTUL ȘI DEȘEURILOR

se referă la controlul deșeurilor, respectiv colectarea, stocarea, transportul, tratarea, reciclarea și eliminarea deșeurilor.

Obiectivele managementul deșeurilor sunt:

- Diminuarea volumului de deșeuri care nu mai pot fi utilizate în alte contexte;
- Evitarea potențialelor pericole pentru mediu și sănătatea publică.



DE CE SĂ RECILĂM?

- creăm un mediu sănătos și sustenabil,
- diminuăm nivelul de poluare,
- conservăm energia și regenerăm resursele naturale
- creăm noi locuri de muncă,
- arătăm un exemplu.





CUM SĂ GESTIONĂM DEȘEURILE?

- efectuăm un audit al deșeurilor,
- colectăm selectiv deșeurile,
- diminuăm cantitățile de deșeuri generale,
- reciclăm.



METODA PĂLĂRII VERZI



Idei si propuneri noi

Grupul de lucru sunt provocati să dezvolte un plan de actiune pentru prevenirea răspîndirii infectiilor. Acest plan poate include strategii specifice pentru promovarea igienei mâinilor, a respirației și a mediului înconjurător.





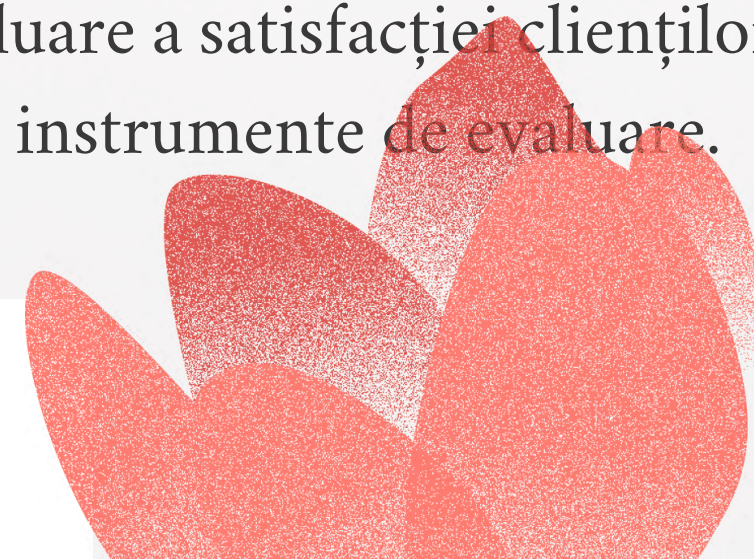
Servirea clienților

Conținuturi:

1. Rolul servirii clienților în industria turismului
2. Elementele cheie într-un serviciu excelent livrat clienților
3. Impactul serviciului clienților asupra succesului activității turistice

Competențe:

- Înțelegerea nevoilor și așteptărilor diverse ale clienților și modul de personalizare a serviciilor pentru a satisface aceste nevoi.
- Dezvoltarea abilității de a identifica și aborda preocupările, reclamațiile și problemele clienților într-o manieră proactivă și eficientă.
- Recunoașterea și respectarea diferențelor culturale și a diversității printre clienți pentru a oferi un serviciu cultural sensibil și incluziv.
- Gestionarea eficientă a timpului și resurselor pentru a oferi un serviciu pentru clienți prompt și eficient.
- Învățarea modului de măsurare și evaluare a satisfacției clienților prin sondaje, mecanisme de feedback și alte instrumente de evaluare.



Scop: Acest energizer vizează revitalizarea energiei în grup și stimularea memoriei și atenției participanților, fiind ideal pentru sesiuni de mijlocul zilei, când participanții deja se cunosc.

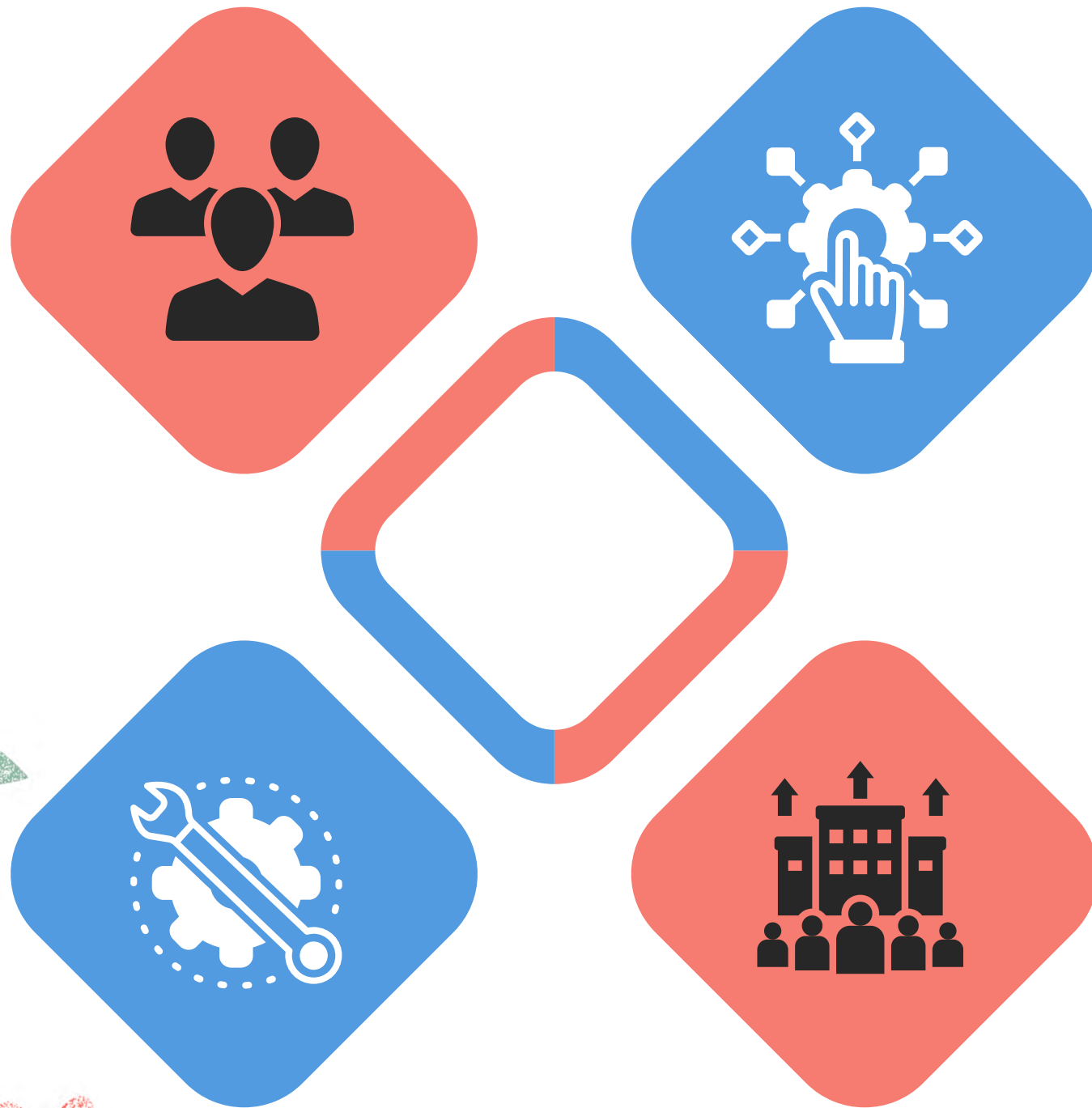
Jocul se încheie când fiecare participant a avut ocazia de a contribui

Jocul ajută la revitalizarea energiei în grup și la reîmprospătarea memoriei despre ce s-a discutat anterior.



Energizer "Călătoria Memoriei"

Ce este customer service?



Suma totală a ceea ce face o organizație pentru a satisface așteptările clienților și pentru a produce satisfacția clienților.



Deci, toată lumea dintr-o organizație ar trebui să urmărească satisfacerea clientului.



Cu toate acestea, dacă „îndeplinești” doar așteptările clienților, aceștia pot simți că serviciul pentru clienți este în regulă, dar nimic special.



Trebuie să încânteți pe fiecare client, să-și amintească de tine, să se bucure de relații cu tine, să revină la tine și să spună altor oameni despre tine.



Talking point

Comportamente
bune în serviciul
clienți

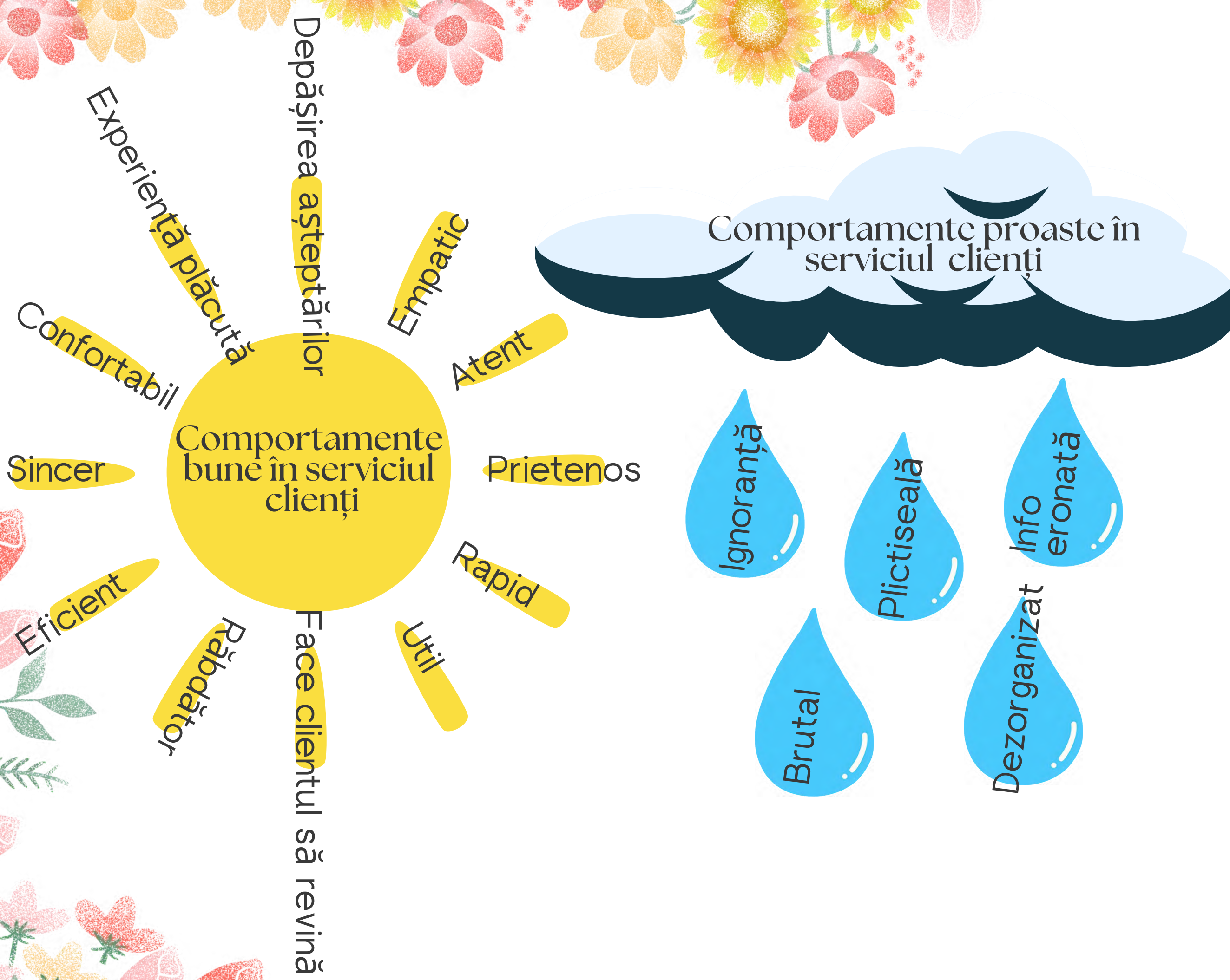
Comportamente proaste în
serviciul clienți

Gândiți-vă la cât mai multe cuvinte și expresii pentru a descrie un serviciu bun pentru clienți. Apoi, gândiți-vă la cât mai multe cuvinte și expresii pentru a descrie serviciul prost pentru clienți.

Examinând cuvintele și expresiile menționate, încercați să definiți ce este serviciul pentru clienți.



Talking point



Gândiți-vă la cât mai multe cuvinte și expresii pentru a descrie un serviciu bun pentru clienți. Apoi, gândiți-vă la cât mai multe cuvinte și expresii pentru a descrie serviciul prost pentru clienți.

Examinând cuvintele și expresiile menționate, încercați să definiți ce este serviciul pentru clienți.

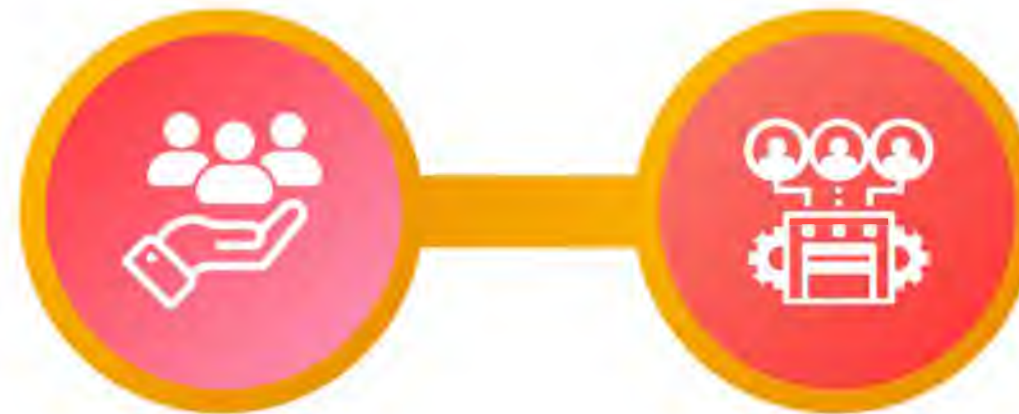
Serviciul pentru clienți este important pentru că...

- Trebuie să vă asigurați că clienții sunt atât de mulțumiți că beneficiază de serviciul dvs., încât vor reveni la dvs.
- Trebuie să-ți ții clienții departe de concurenți.
- Costă de cinci ori mai mult să câștigi un client nou decât să păstrezi unul existent.
- Clienții nemulțumiți spun altora despre experiențele lor proaste, iar acești oameni vor evita să folosească serviciul dvs.
- Serviciul dvs. trebuie să fie capabil să concureze în ceea ce privește valoarea și nu doar prețul, adică clienții sunt pregătiți să plătească mai mult pentru serviciul dvs.
- Serviciul dvs. trebuie să fie sigur și capabil să se dezvolte, la fel și dvs.

Diferite tipuri de clienți

Vârsta

Mulți clienți sunt copii. Ei vor să se distreze, dar ...



Interese de agrement

Unii vor căuta activități și divertisment organizate. Unii vor dori entuziasm; alții ...



Clienți cu nevoi speciale

Toți clienții au nevoi care sunt individuale pentru ei, dar unii au nevoi suplimentare dincolo de cele ale majorității clienților.



Etnie

Fiecare persoană are credințe, acestea devin norma pentru acea persoană, dar ...



Interese de afaceri

Oamenii de afaceri doresc servicii rapide și eficiente. Cu toate acestea, chiar și oamenii de afaceri trebuie să se relaxeze ...



Grupuri

Deși vor exista nevoi comune, fiecare membru are în continuare propriile sale preocupări și este important să ne raportăm la ele.





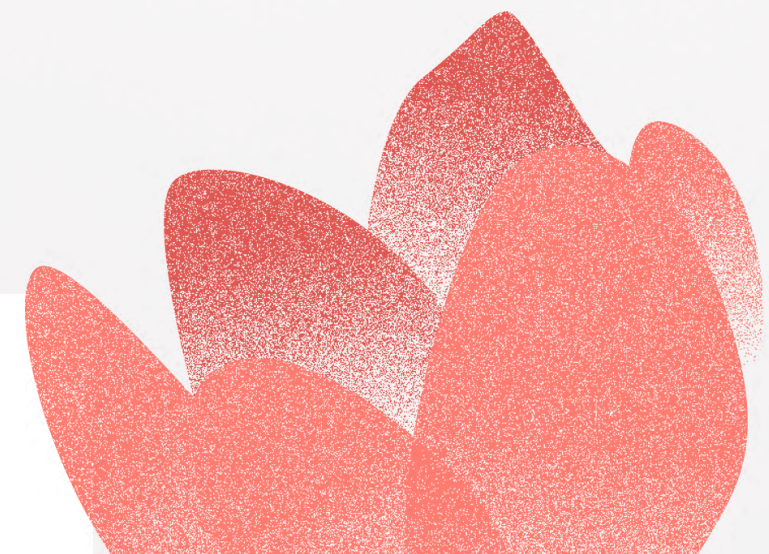
Ghidajul turistic

Conținuturi:

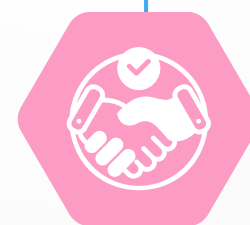
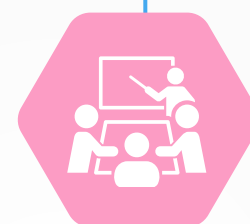
1. Calitățile necesare ale ghidului turistic
2. Informația, vocea și vocabularul ghidului de turism
3. Selecția traseului turistic

Competențe:

- Înțelegere profundă a destinațiilor pe care le ghidează, inclusiv aspecte istorice, culturale, geografice și ecologice;
- Transmite semnificația siturilor istorice, reperelor, caracteristicilor naturale și practicilor culturale turiștilor;
- Planifică și organizează tururi eficiente, inclusiv selecția traseului, programarea și coordonarea logistici;
- Respectă legile și reglementările locale aplicabile serviciilor de ghidaj, cum ar fi permisele și restricțiile.



Joc de energizare: "Harta Comorilor Comunității"



Scopul jocului:

Incurajează colaborarea, creativitatea și explorarea competențelor antreprenoriale în contextul turismului rural, ajutând participantele să descopere resursele comunității lor pe care le pot utiliza pentru a dezvolta experiențe turistice unice.

Durata:

30-45 minute

Materiale necesare:

Hărți ale comunității sau regiunii (pot fi hărți fizice sau digitale)

Beneficii:

- Încurajează gândirea creativă și antreprenorială
- Promovează cunoașterea și aprecierea resurselor locale
- Stimulează lucrul în echipă și comunicarea

Calitățile unui ghid turistic bun

Diferența dintre un tur obișnuit și o experiență de neuitat se bazează pe calitățile unui ghid turistic bun. Din acest motiv, să găsești un ghid turistic uimitor nu este ușor și a fi unul necesită și efort.

Un ghid turistic bun este alcătuit dintr-o combinație de calități legate de trăsăturile de personalitate și abilitățile profesionale.



Când participă la un tur, oaspetele dorește să fie implicat de povestea care i se spune. Prin urmare, persoana care o spune are nevoie de capacitatea de a transmite toate cunoștințele și emoțiile despre aceasta.

Cele mai dorite trăsături de personalitate ale ghidului turistic

Pentru a încânta oaspetele, un ghid turistic bun trebuie să fie:

Entuziast

atunci când ghizii turistici sunt entuziasmați de subiectul lor, ei sunt înclinați să dobândească mai multe cunoștințe despre acesta.



Outgoing

Poate exista un pic de stingherie socială atunci când apare un nou grup de străini, iar un ghid ar trebui să poată coagula grupele imediat.



Angajare

succesul unui tur se bazează adesea pe faptul că membrii grupului se înțeleg bine și se bucură de experiența comună.



Funny

Te ajută mai ales dacă poți să faci o glumă într-o criză. La fel ca a fi deschis și entuziast, umorul poate fi instrumentul perfect pentru a reduce orice tensiune.



Comunicativ

Oricât de mult ghizii turistici trebuie să poată vorbi tare și clar, ei trebuie să știe să asculte.



Decisive

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec consectetur cursus massa at tempor. Vestibulum quis risus rutrum, facilisis nibh.



Abilități profesionale ale unui ghid turistic

- **01** Organizat – aceasta implică stabilirea așteptărilor înaintea turului – informarea clienților despre locația, ora și durata turului, ce ar trebui să aducă și/sau orice reguli sau considerații speciale
- **02** Punctual – vine mână în mână cu abilitățile organizatorice
- **03** Capabil să facă față crizei – de a găsi întotdeauna o modalitate de a calma oamenii, de a explica totul în modul corect și de a-i face să se simtă mai bine.
- **04** Răbdător – Ghizii turistici vor trebui uneori să-și ia timp pentru a explica un eveniment istoric complicat.
- **05** Sensibil – Ghizii turistici trebuie să fie conștienți de faptul că ceea ce este evident pentru ei poate fi complet nou pentru turiștii lor.

Cum să construim scenariul unui tur ghidat?

este important să ne punem întrebări care ne-ar putea ajuta să formulăm idei atractive despre destinație

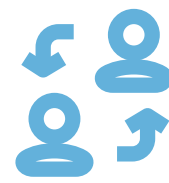
01



Prezentare generală istorică

1. "Ce eveniment istoric considerați că a avut cel mai mare impact asupra acestei destinații și de ce?"
2. "Cum puteți relata istoria locală într-un mod care să fie și educativ și captivant pentru turiști?"

02



Elemente culturale semnificative

1. "Ce element cultural unic al acestei destinații credeți că ar trebui evidențiat în fiecare tur și de ce?"
2. "Cum ați putea dvstră în calitate de pot ghizi turistici să prezentați tradițiile locale într-un mod respectuos și autentic?"

03



Aspecte geografice

1. "Ce caracteristică geografică a acestei destinații considerați că este cea mai impresionantă și cum poate fi integrată în narativul turului?"
2. "Cum influențează clima locală experiența turistică și cum putem adapta tururile în funcție de aceasta?"

04



Considerații ecologice

1. "Ce inițiativă de conservare din această destinație vi se pare cea mai relevantă și cum o putem include în tururi?"
2. "Cum putem încuraja turiștii să participe la protecția mediului în timpul vizitelor lor?"

05



Sensibilitate și conștientizare culturală

1. "Care sunt cele mai comune greșeli culturale pe care turiștii le fac și cum le putem preveni prin informațiile pe care le oferim?"
2. "Cum putem promova un dialog intercultural pozitiv între turiști și comunitățile locale?"

Lucrul în echipă: Ghizi turistici

trebuie să știi cine fac parte din echipa ta și cum poți lucra cu ei

Cine este în echipa ta?



Invitații / Oaspeții

Fără ei nu ai avea un tur de ghidat! Trebuie să afluți care sunt așteptările lor. De ce sunt ei aici și ce vor să vadă.



Șoferi de autocare

Trebuie să comunici și să asculți șoferul și să-i spui exact unde vrei să mergi și când ai nevoie de mai mult timp și să-i folosești cunoștințele și experiența.



Turoperatori și agenții de turism

Aceștia sunt oamenii care vă oferă de lucru și vă plătesc! Ei se așteaptă la un raport calitate-preț și să oferiți exact ceea ce au făcut publicitate.



Hoteluri și restaurante

Tu ești cel care va trebui să se ocupe de cerințele oaspeților tăi: cazare (dacă sunteți într-un tur prelungit), alergii și cerințe alimentare, nevoi de acces etc.



Ghizi turistici și Asociații de ghizi turistice

colegii tăi pot părea a fi concurenții tăi, dar sunt și cei mai buni prieteni ai tăi! Ei știu ce se întâmplă și puteți lucra împreună.

Ghidul turistic trebuie să distileze istoria sau geologia sau literatura sau obiceiurile sau folclorul sau peisajele unui loc în „pachete de dimensiuni mici” sau povești care pot fi înțelese de toți și care atrag interesul unui vizitator chiar de la început până la sfârșit.

De ce povesti?

Ghizii turistici nu sunt lectori, ci interpreți ai patrimoniului natural și cultural al unei zone. Ei dezvăluie lucruri noi vizitatorilor – lucruri la care nu se așteptau sau confirmă ceea ce caută vizitatorul.



Teme

Nu vă înecați în date sau fapte! Creează o temă – ce vrei să-și amintească vizitatorii tăi? „Până la sfârșitul turneului, vreau ca vizitatorii mei să înțeleagă.....”.



Cunoaște-ți publicul

De unde au venit? De ce au venit? Este doar o parte a unui itinerariu sau au rădăcini basarabene sau române și au așteptat toată viața să vină aici? Cati ani au? Cunosce ei Moldova din film sau televiziune?



Provoacă, relatează, dezvăluie

- INTERPRETAREA nu este doar prezentarea de informații. Este revelația bazată pe informații



Legături - Asocieri

„Îți amintești că am văzut..... Ei bine, acesta este.....” Vom vedea; noi am văzut; putem vedea. Creați o structură – nu fapte fără legătură.



Aprinderea scântei - povestirea



Fiecare poveste are oameni!

Oamenii spun povești; oamenii sunt povești! Calea uriașilor este geologie, nu-i așa? Stânci? Dar cum rămâne cu poveștile și legendele? Dar oamenii care au locuit acolo de sute de ani?



Avem 5 simțuri – folosește-le pe toate!

Oamenii toți se angajează în moduri diferite – unora le place să miroase; privească; guste; asculte; atingă. Oferă-le toate oportunitățile pe care le poți pentru a le implica toate simțurile.



Spune povestea

Arată că îți pasă! Nimănui nu-i pasă cât de mult știi până nu știe cât de mult îți pasă!
Aprindeți scântea: Țineți focurile aprinse!





Competențe digitale în turism

Conținuturi:

1. Rolul Social Media Marketing în turism
2. Sisteme Online Booking
3. Sisteme CRM de gestiune a clienților

Competențe:

- Proiectarea, dezvoltarea și gestionarea paginilor de social media asigurându-vă că sunt ușor de utilizat, informative și vizual atractive.
 - Utilizarea sistemelor de rezervări și de înregistrare online, atât ca client, cât și ca antreprenor în turism, pentru a facilita și a eficientiza procesul de rezervare.
 - Gestionarea și valorificarea platformelor de social media pentru a promova afacerile turistice, a interacționa cu clienții și a răspunde la întrebări.
 - Utilizarea aplicațiilor mobile relevante pentru turiști, cum ar fi aplicații de navigație, traducere și planificare a călătoriilor.
- 

Rolul Social Media Marketing în turism

STABILEȘTE



1. Rețeaua de comunicare

Facebook
Instagram
TikTok
Telegram
Youtube
etc.



2. Publicul țintă

Turiști externi
Turiști interni
Copii, adolescenți, tineri
Oameni de afaceri
Pelerini
etc.



3. Scopul postărilor

de informare
de interacțiune
de promovare
de divertisment
de educație
etc.



4. Frecvența postărilor

zilnic
săptămânal
periodic
etc.



5. Stilul de comunicare

informal și prietenos
Profesional și informativ
Unoristic și distractiv
Inspirațional și motivant
etc.

Rolul Social Media Marketing în turism

TIPURI POPULARE DE CONȚINUT:



1. Fotografii

65% dintre utilizatorii de social media preferă să vadă fotografii în newsfeed-urile lor.



2. Videoclipuri

55% dintre utilizatorii de social media preferă să vadă videoclipuri în fluxurile de știri.



3. Povești

40% dintre utilizatorii de social media preferă să vadă povești în fluxurile lor de știri.



4. Transmisiuni în direct

25% dintre utilizatorii de social media preferă să vadă transmisiuni în direct.

APLICATII PENTRU CREARE DE CONTINUT:



www.piktochart.com



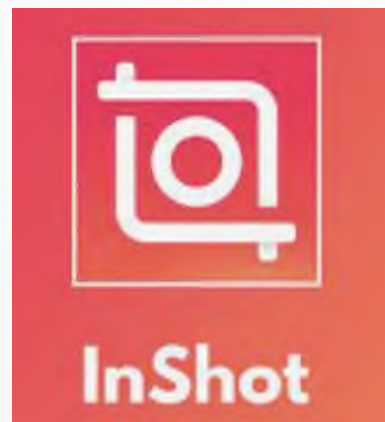
www.crello.com



www.canva.com

Aplicatii de design grafic, potrivite pentru a crea postere, prezentari, pliante, carti de vizita, videoclipuri, design animat.

APLICATII PENTRU CREARE DE CONTINUT VIDEO:



www.inshot.com



www.clipchamp.com



www.vn.com



www.animoto.com

Aplicatii de design grafic utile crearii, editarii videoclipurilor, inregistrarii ecranului si a camerei web

INSTRUMENTE DE INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ PENTRU GENERAREA TEXTELOR PENTRU POSTARI:



www.chat.openai.com

Oferă consultanță, răspunsuri
la întrebări și generează idei
pentru diverse postari



www.midjourney.com

Crează imagini senzaționale cu ajutorul
inteligenței artificiale în baza descrierilor
textuale, care pot fi utilizate pentru
postări în social media,
conținut pentru site-uri sau în calitate de
materiale publicitare.



www.copy.ai

Generează text pentru social
media sau articole media,
înlocuiește
copyright-ul.

Rolul Social Media Marketing în turism



INFLUENȚA SMM:

70% dintre utilizatorii de social media rezervă o călătorie după ce au văzut informații despre aceasta pe social media.

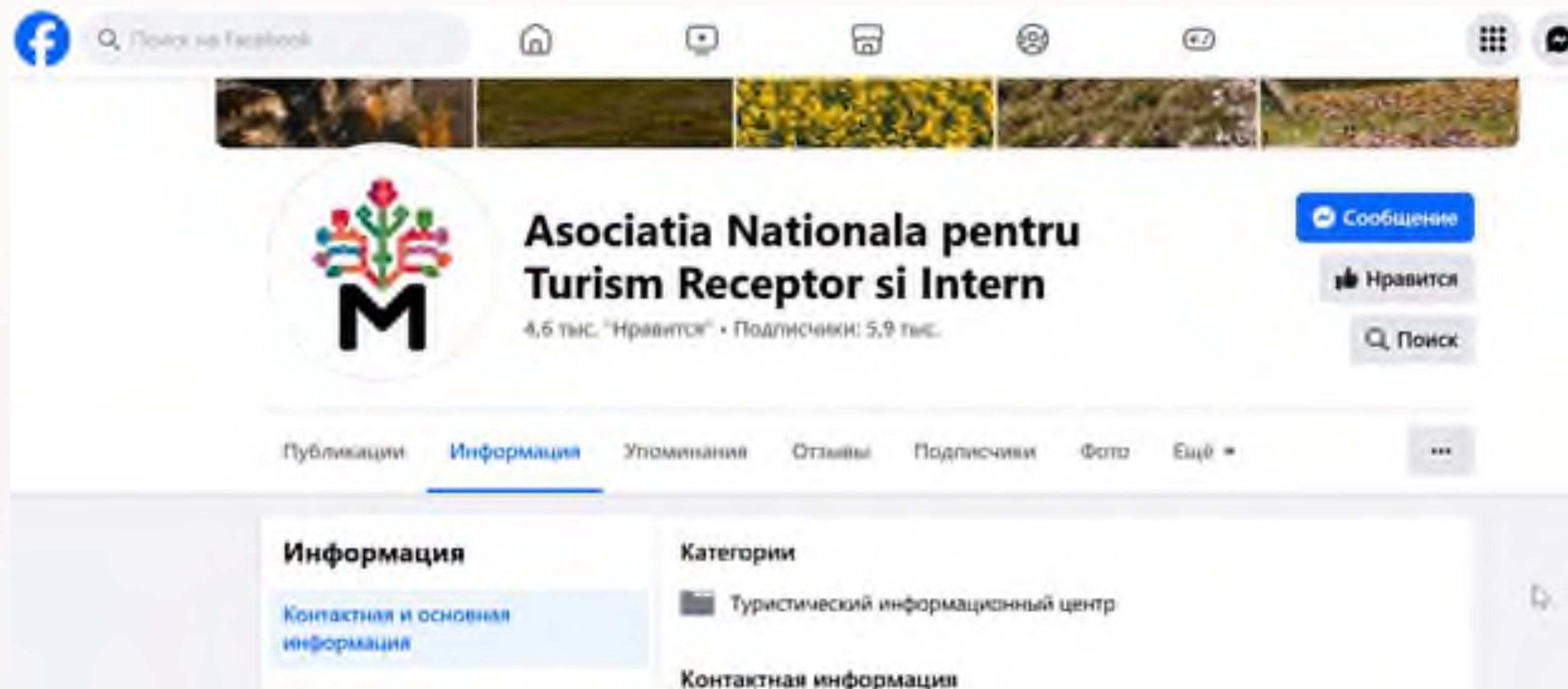
80% dintre utilizatorii de social media au încredere în recomandările primite de la prietenii și familia lor pe social media.

90% dintre utilizatorii de social media folosesc recenzii de la alți călători atunci când decid să rezerve o călătorie.

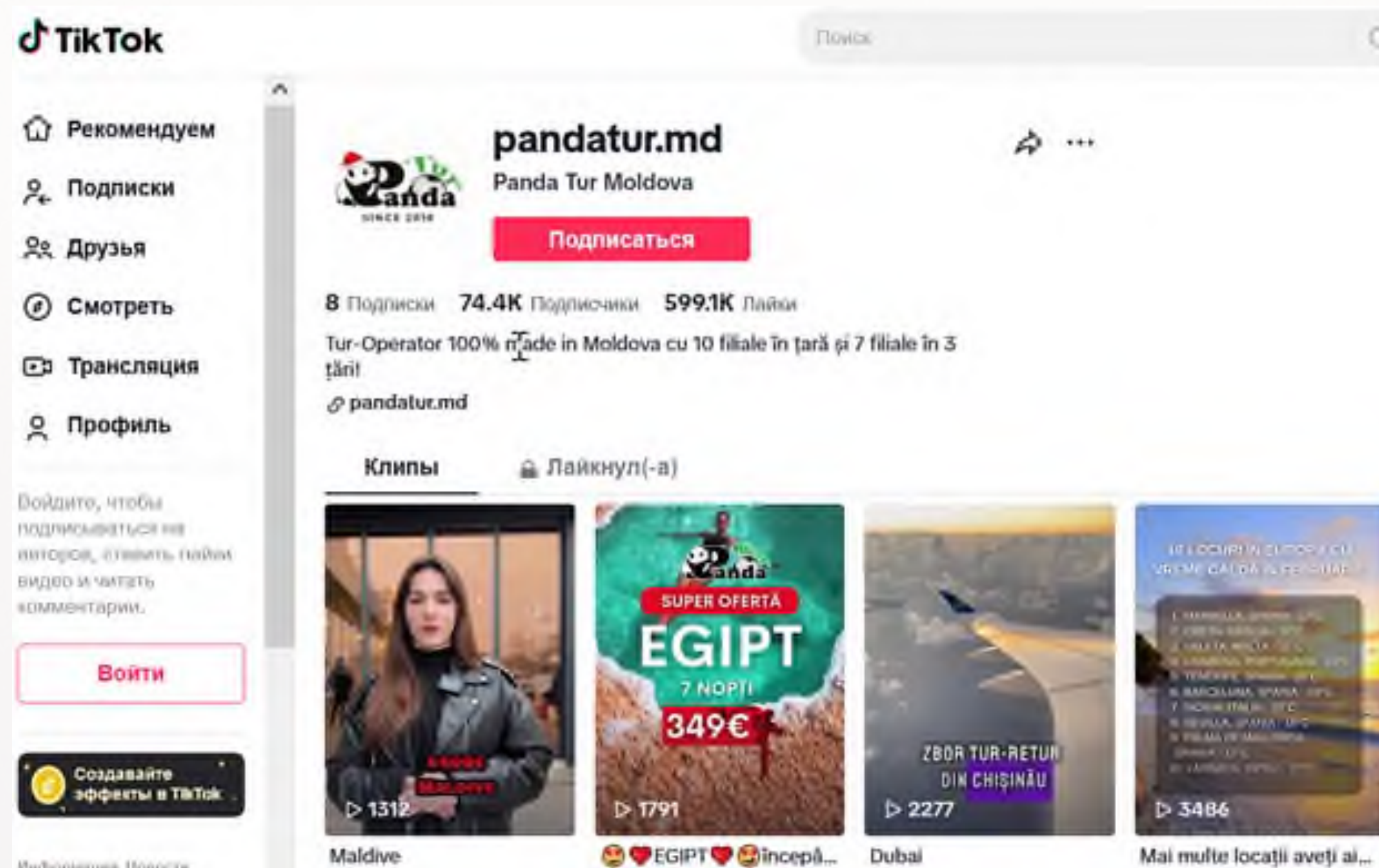
Instagram: 60% dintre utilizatorii de social media din lume folosesc Instagram pentru a căuta informații de călătorie.



Facebook: 72% dintre utilizatorii de rețele sociale din lume folosesc Facebook pentru a căuta informații de călătorie.



TikTok: 26% dintre utilizatorii de social media din lume folosesc TikTok pentru a găsi informații de călătorie.



YouTube: 54% dintre utilizatorii de social media din lume folosesc YouTube pentru a căuta informații de călătorie.



concentrază-te pe **BENEFICIU** *nu pe* CARACTERISTICI

CARACTERISTICĂ - cum este un produs/serviciu?

BENEFICIU - ce soluții oferă acest produs sau serviciu?





folosește cuvinte PUTERNICE

TU, GRATIS, GARANTAT,
NOU, EXPERIENȚĂ UNICĂ,
OFERTĂ, BONUS, PREMIERĂ,
EXCLUSIV, UȘOR DE
OBTINUT, ETC.

*adresează-te direct
potențialului*

TURIST

Adresează întrebări generale,
aplicabile tuturor

Describe produsul / serviciul ca fiind potrivit
unei anumite categorii de turiști



crează o stare de **URGENTĂ**,

Rezervează-ți o masă, ca să beneficiezi de reducere

Alege această destinație - pentru o experiență de neuitat

Urmărește pagina noastră, pentru a fi la curent cu ultimele detalii

Vino cu gașca de prieteni și beneficiază de un DISCOUNT!



*cele mai frecvente
probleme ale clienților*

Nu am **TIMP**

Nu am **BANI**

Nu este în **CARACTERUL**
meu

Nu cred că **EXISTĂ**



Inițiază dialoguri
Schimbă abordarea
Valorifică potențialul

Oportunități

Ce trebuie să evitați, când creați conținut pe social media



- Crearea aceluiasi tip de conținut
- Inactivitatea pe termen lung
- Folosirea aceleiasi postări (în același format) pe toate canalele deținute
- Folosirea excesivă a hashtag-urilor, (uneori irelevante)
- Neplanificarea conținutului pe cel puțin 1 lună înainte



Studiu de caz

Creare de conținut

Analizând această destinație turistică, creați un conținut destinat unei rețele de socializare.

REGULI:

1. Conținutul foto / video trebuie să fie original
2. Mesajul trebuie să corespundă realității
3. Intenția mesajului să fie binevoitoare

Crearea și menținerea calendarelor de conținut

Un calendar de
conținut rezolvă mai
multe probleme:



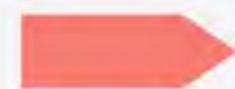
Permite companiilor să stabilească o lansare regulată de
conținut în social media.



Îmbunătățește eficiența marketingului.



Optimizează resursele.



Ajută la îmbunătățirea calității conținutului.



Reduce riscurile de reputație.

Crearea și menținerea calendarelor de conținut



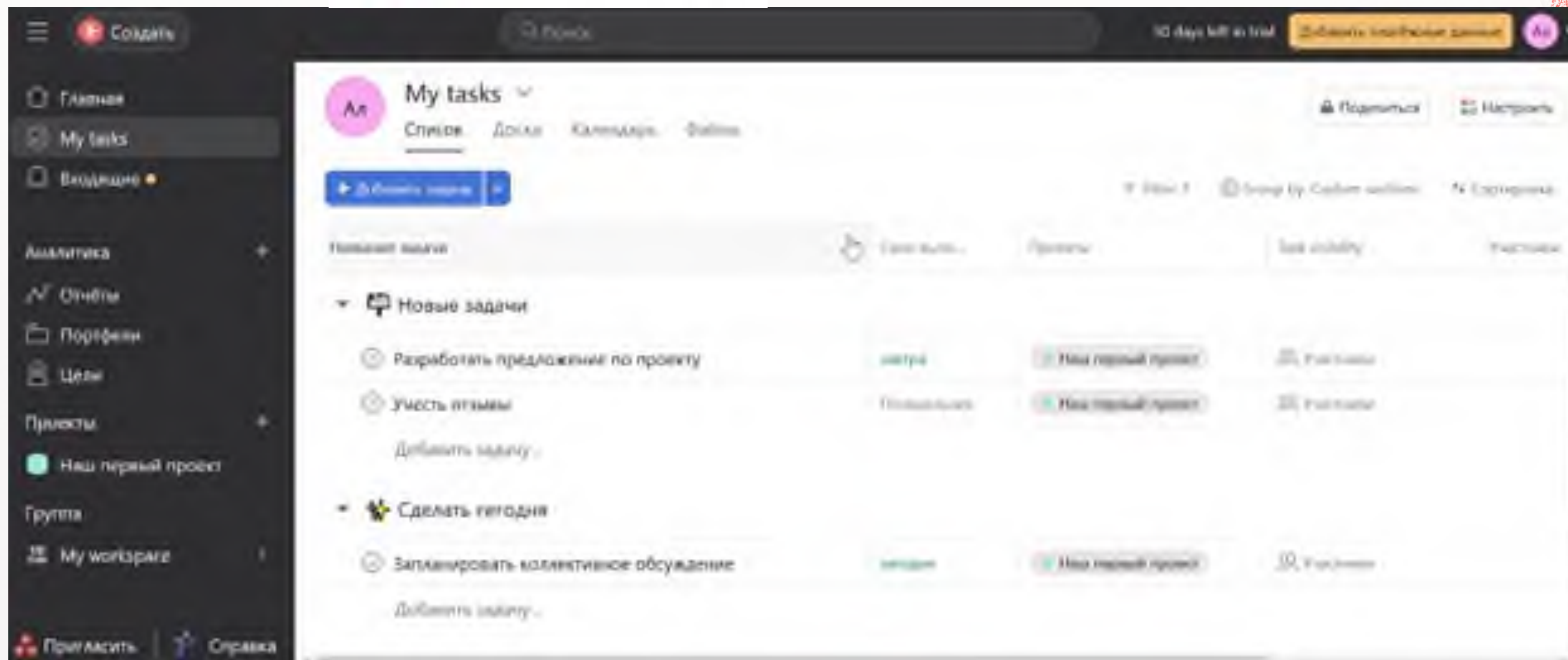
Microsoft Excel

Tipul conținutului	Temă publicării	Formați post	Pn	Bi	Sr	Ch	Fr	Sa	Ne
Postări noi/actualizări postări (publicare pe rețea)	Post nou venit nouă serviciu conținut	text+imagini							
Discuții, stăruie pe videoclip, abordare tem, videoclipuri de video	Opiniile pe stăruie pe videoclipuri și nouă serviciu	text+video cu stăruie							
Conținuturi speciale	Realizare proiect nouă serviciu de proiect	podcast și podcasturi							
Conținuturi speciale, podcasturi, videoclipuri, etc.	Funcții nouă serviciu, cu care nu se potrivește	podcast și podcasturi							
Conținuturi speciale/actualizări de conținut (publicare pe rețea)	Discuții noi/actualizări de conținut "Nu e nimic din asta?"	text+imagini							
Opiniile, videoclipuri	Opiniile "A nu este posibil să se facă nouă serviciu?"	text+imagini							
Conținuturi speciale	Conținuturi speciale în comentarii de conținut cu nouă serviciu/actualizări de conținut și nouă serviciu 30% în nouă serviciu	text+imagini							

Crearea și menținerea calendarelor de conținut



app.asana.com

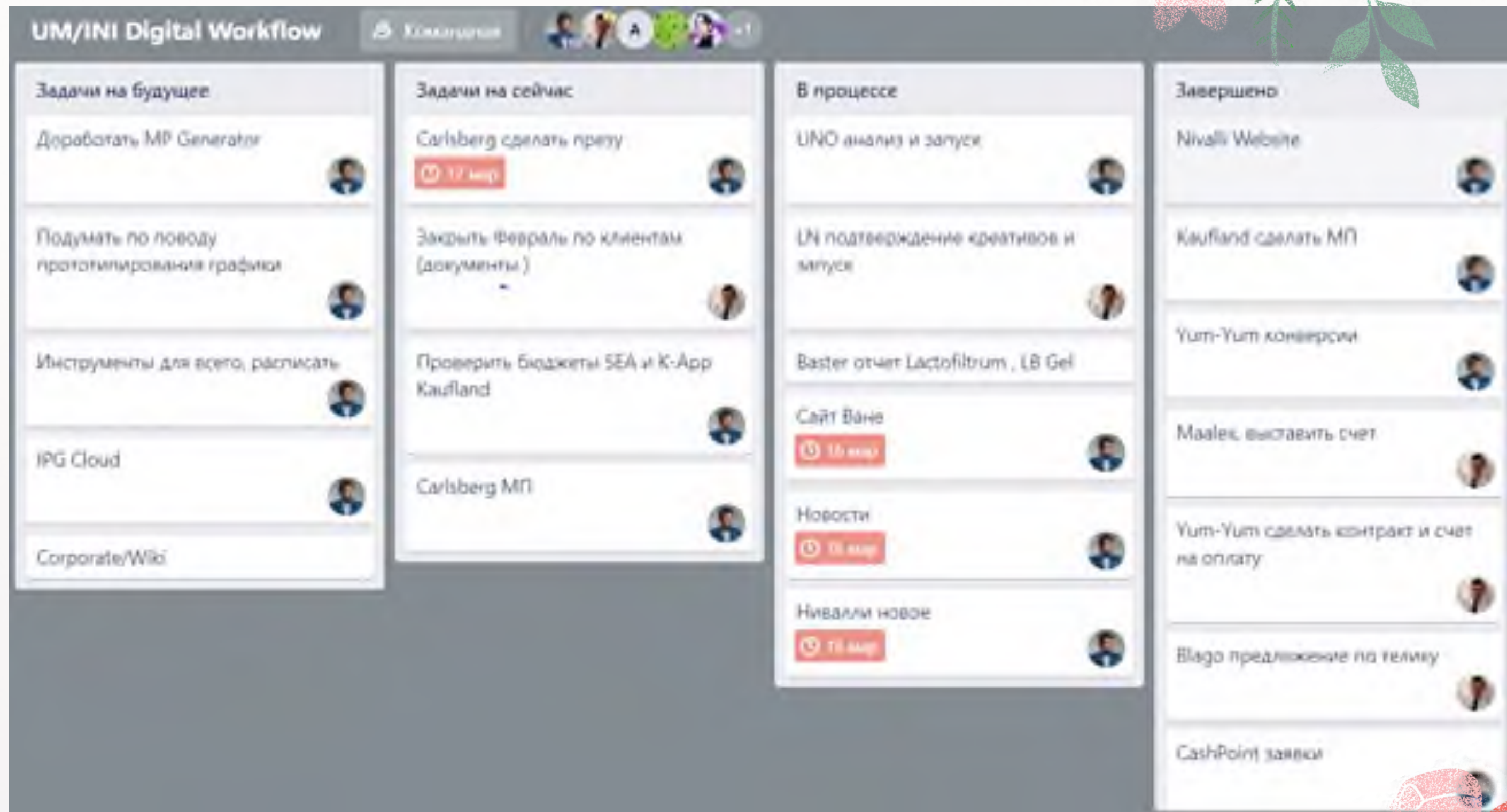


Crearea și menținerea calendarelor de conținut



www.trello.com

Tablă online
Trello



Sisteme On-Line Booking

Funcționalități principale

Gestionarea
Calendarului
Procesare Plăți
Gestionarea Clientilor
Confirmări și
Notificări

Avantaje

Eficiență crescută
Îmbunătățirea
experienței clientilor
Creșterea vânzărilor
Analiză și generare de
raportare

Modalități de implementare

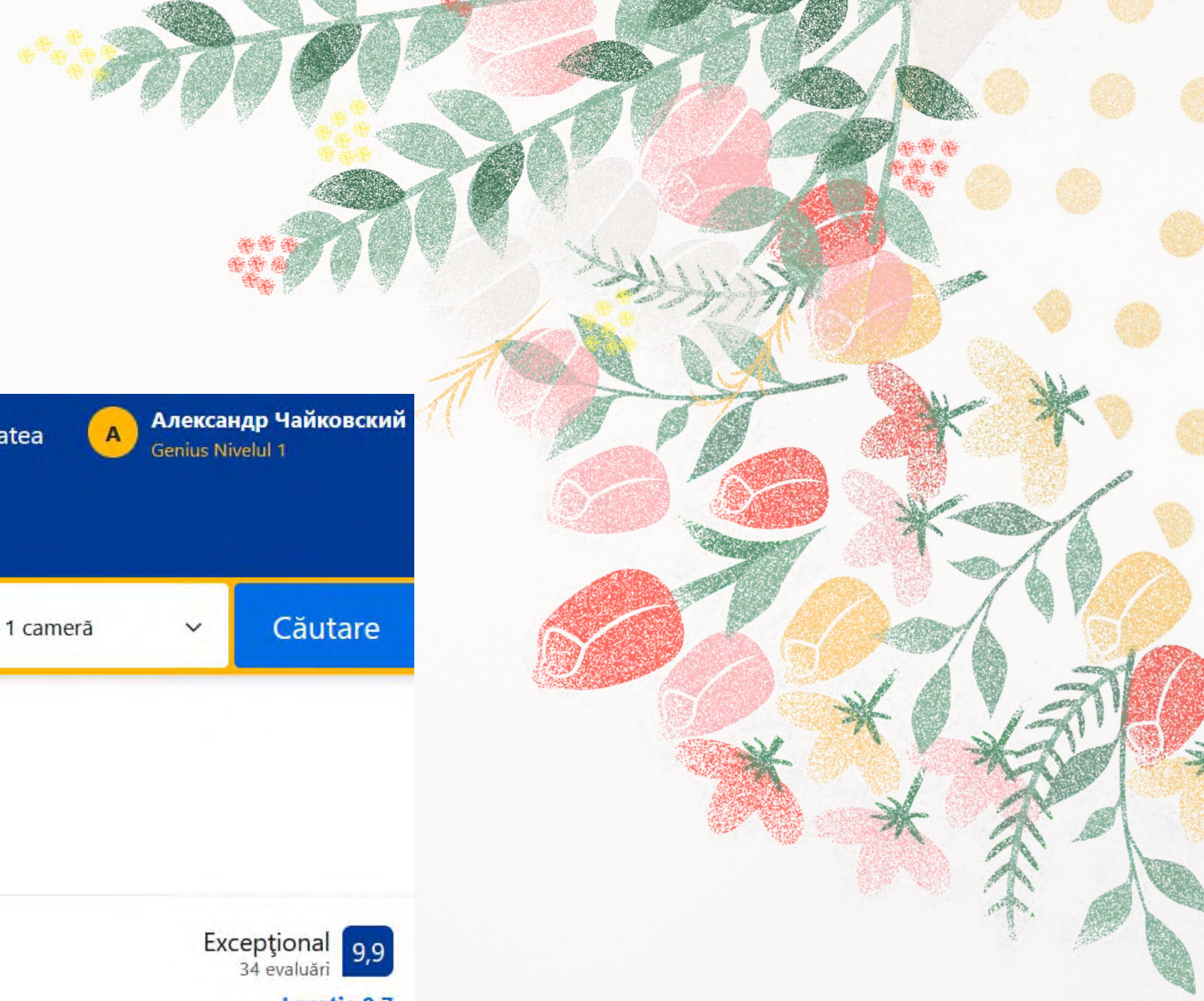
Resurse open-source
Platforme integrate
Sisteme personalizate

Exemple de sisteme

informal și prietenos
Profesional și informativ
Unoristic și distractiv
Inspirațional și motivant
etc.

Sisteme On-Line Booking

Exemple de sisteme Booking.com



Booking.com MDL    Înregistrați-vă proprietatea  **Александр Чайковский**
Genius Nivelul 1

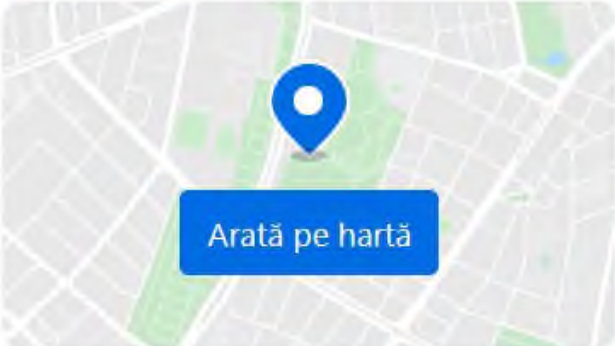
 Sejururi  Zboruri  Închirieri auto  Atracții  Taxiuri aeroport

 Orhei ×  sâ. 9 mart. — du. 10 mart.  2 adulți · 0 copii · 1 cameră  **Căutare**

Pagina principală > Moldova > Orhei > Rezultatele căutării

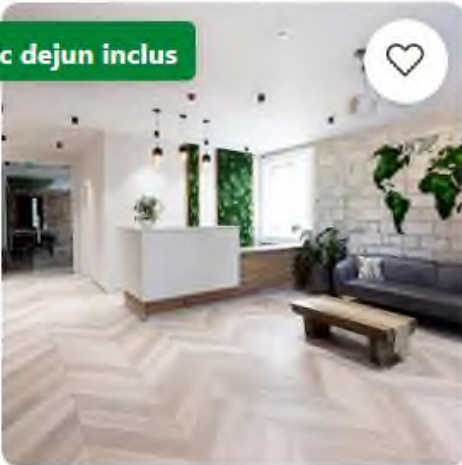
Orhei: au fost găsite 6 proprietăți

↓↑ Sortați după: Favoritele noastre

 **Arată pe hartă**

Filtrare după:

Bugetul dumneavoastră (per noapte)
MDL 550 - MDL 2.000+

 **Mic dejun inclus**

EcoDor ★★★★★
Orhei · [Arată pe hartă](#) · la 1,9 km de centru
 Travel Sustainable Nivelul 2

Cameră dublă standard
1 pat dublu

Mic dejun inclus
✓ **Anulare gratuită**
✓ **Nu este necesară nicio plată în avans** – plătiți la proprietate

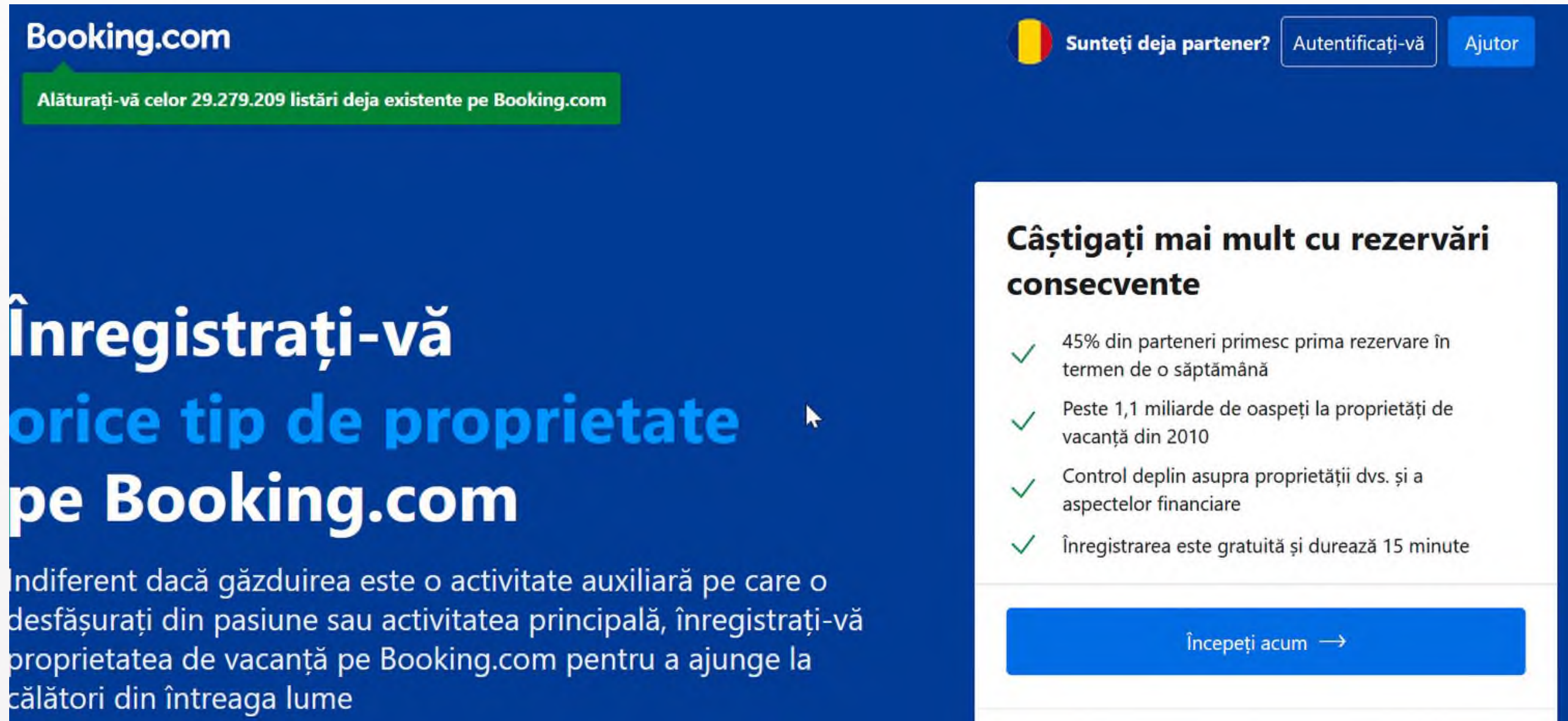
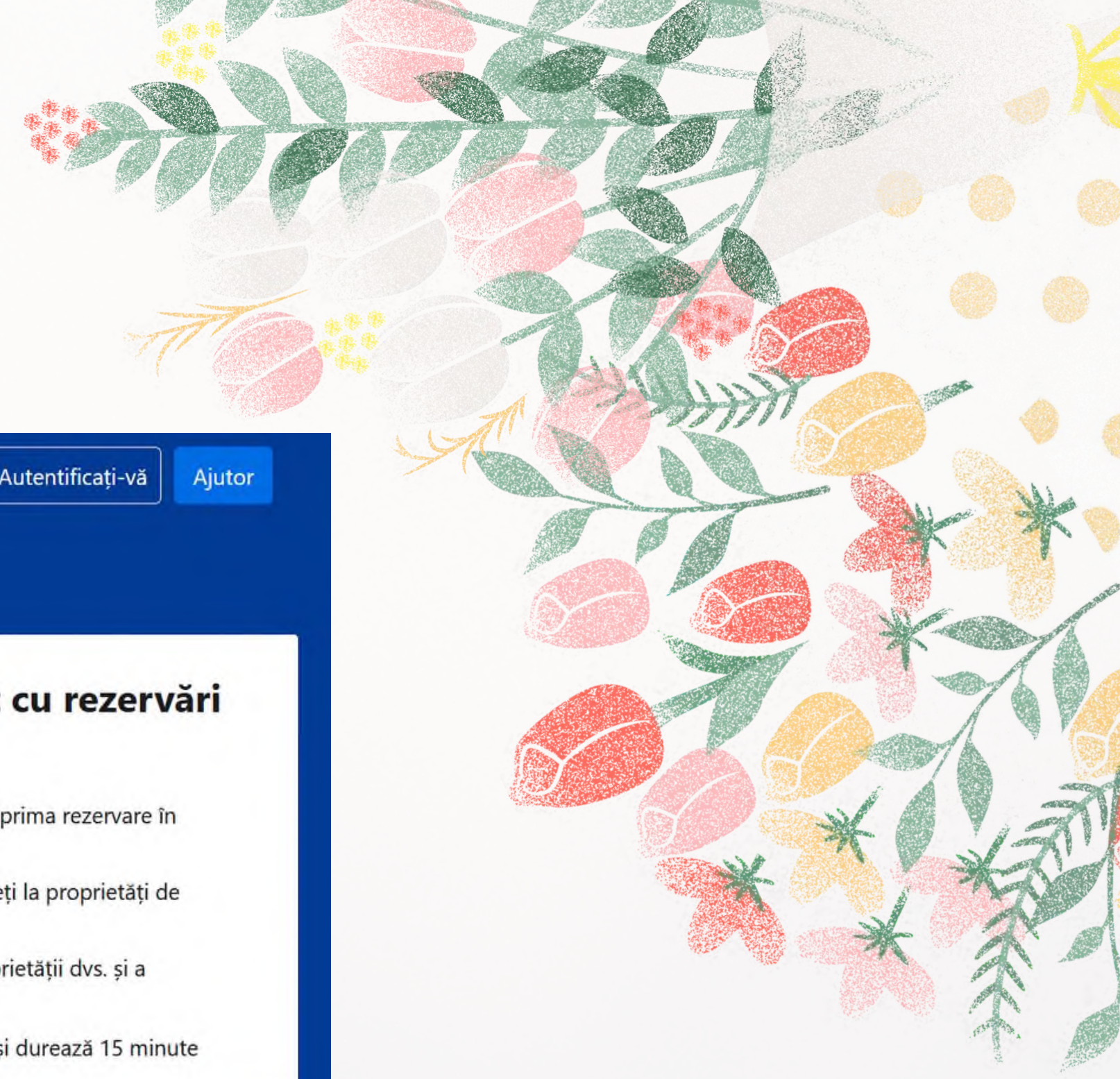
Excepțional 9,9
34 evaluări
Locație 9,7

1 noapte, 2 adulți
MDL 1.290
Include taxe și costuri

Vedeți disponibilitățile

Sisteme On-Line Booking

Exemple de sisteme Booking.com



Booking.com

Alăturați-vă celor 29.279.209 listări deja existente pe Booking.com

Înregistrați-vă
orice tip de proprietate
pe Booking.com

Indiferent dacă găzduirea este o activitate auxiliară pe care o desfășurați din pasiune sau activitatea principală, înregistrați-vă proprietatea de vacanță pe Booking.com pentru a ajunge la călători din întreaga lume

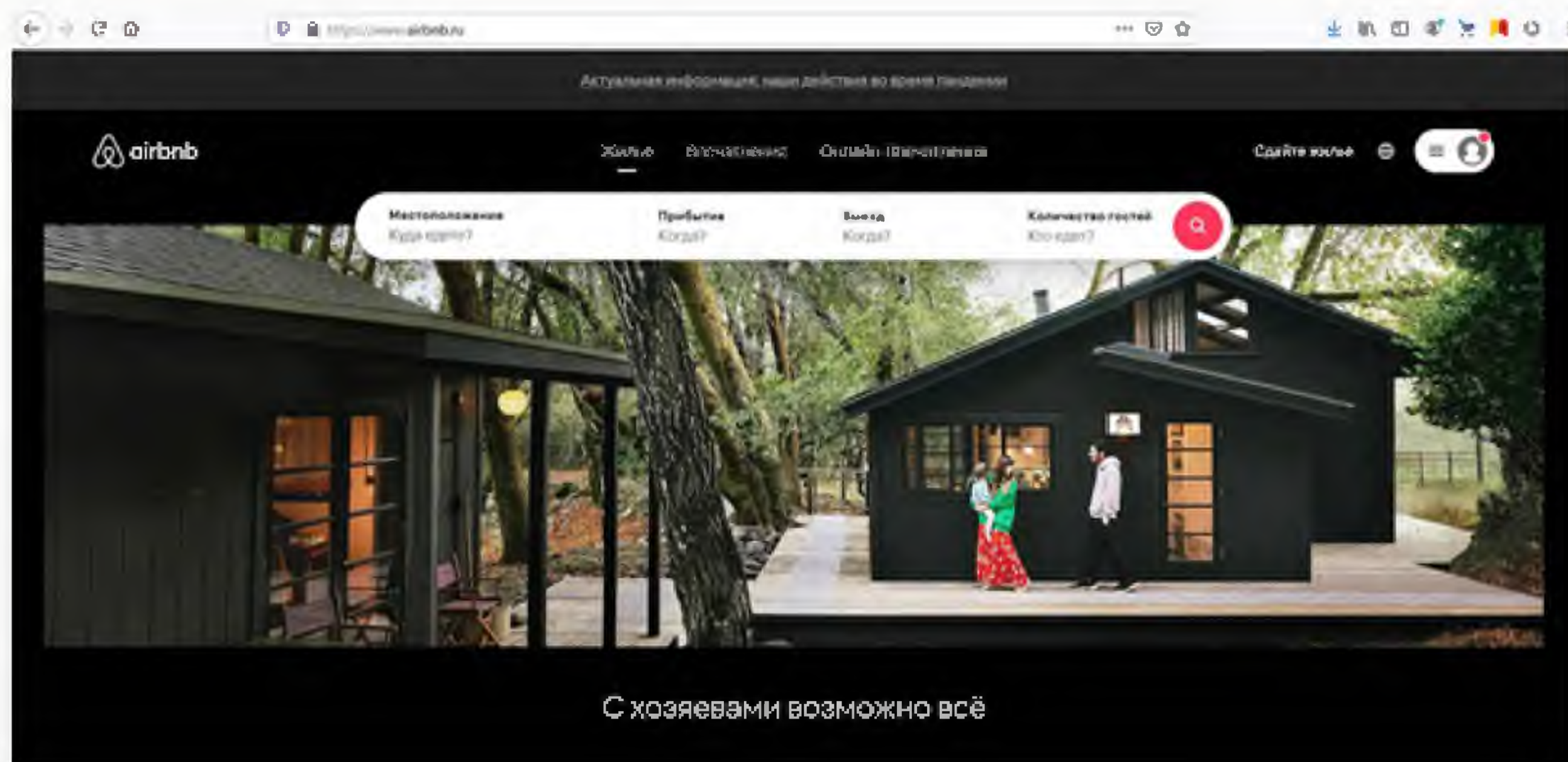
Câștigați mai mult cu rezervări consecutive

- ✓ 45% din parteneri primesc prima rezervare în termen de o săptămână
- ✓ Peste 1,1 miliarde de oaspeți la proprietăți de vacanță din 2010
- ✓ Control deplin asupra proprietății dvs. și a aspectelor financiare
- ✓ Înregistrarea este gratuită și durează 15 minute

Începeți acum →

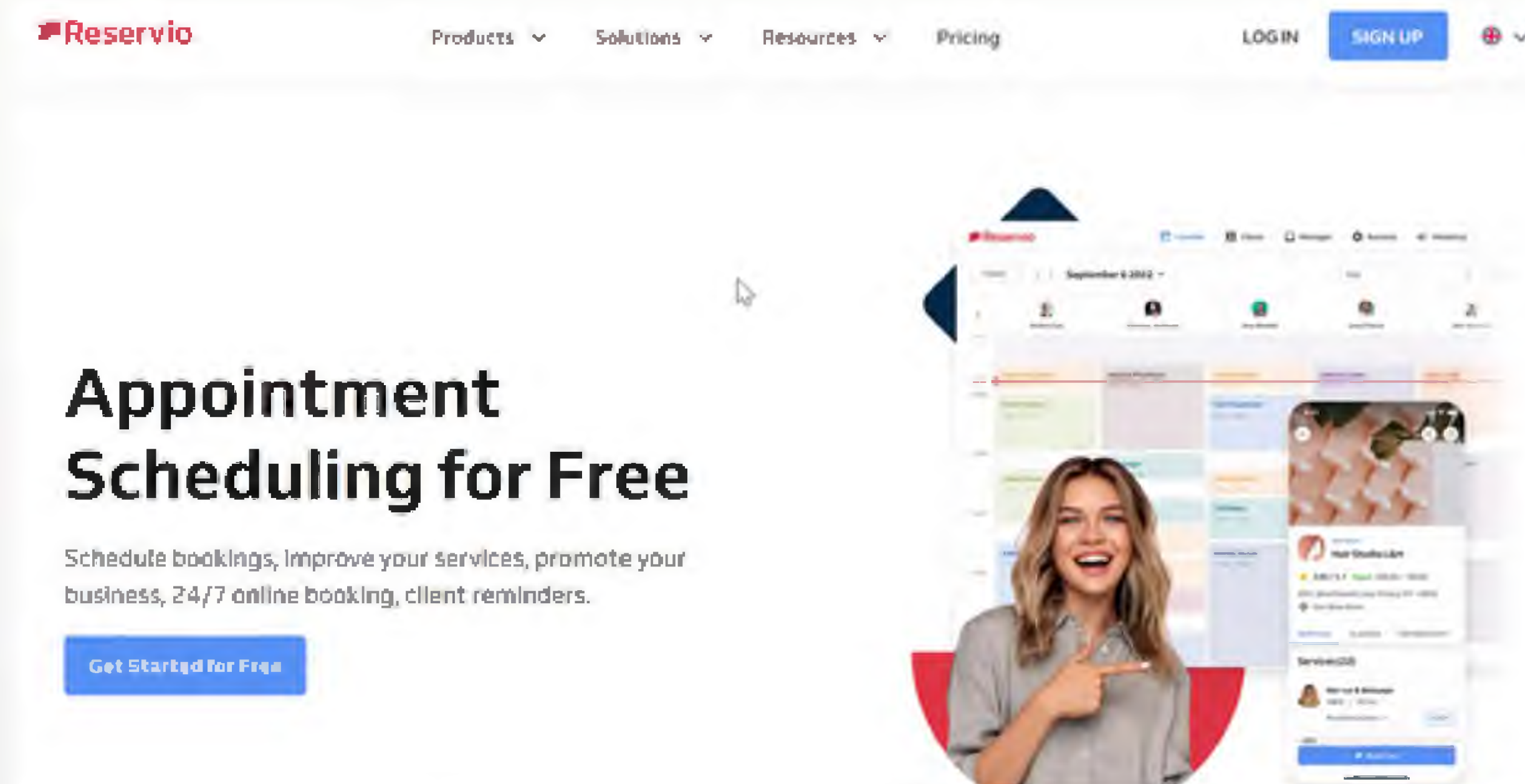
Sisteme On-Line Booking

Exemple de sisteme Airbnb



Sisteme On-Line Booking

Exemple de sisteme reservio.com

The image shows a screenshot of the Reservio website. At the top, there is a navigation bar with the Reservio logo, links for Products, Solutions, Resources, and Pricing, and buttons for LOGIN and SIGN UP. The main content area features a large heading "Appointment Scheduling for Free" and a subtext "Schedule bookings, improve your services, promote your business, 24/7 online booking, client reminders." Below this is a blue button that says "Get Started for Free". To the right, there is a circular inset image showing a woman pointing at a smartphone displaying the Reservio app interface, which includes a calendar and a list of services.

Sisteme CRM de gestiune a clienților

În contextul turismului, CRM (Customer Relationship Management) este utilizat pentru:

Colectarea și stocarea informațiilor despre clienți: nume, date de contact, istoric de rezervări, preferințe.

Analiza datelor clienților: pentru a înțelege nevoile și comportamentul acestora.

Personalizarea ofertelor pentru fiecare client.

Îmbunătățirea calității serviciilor: răspunzând mai precis și mai rapid la solicitările clienților.

Creșterea vânzărilor: prin rezervări repetate și recomandări din partea clienților mulțumiți.

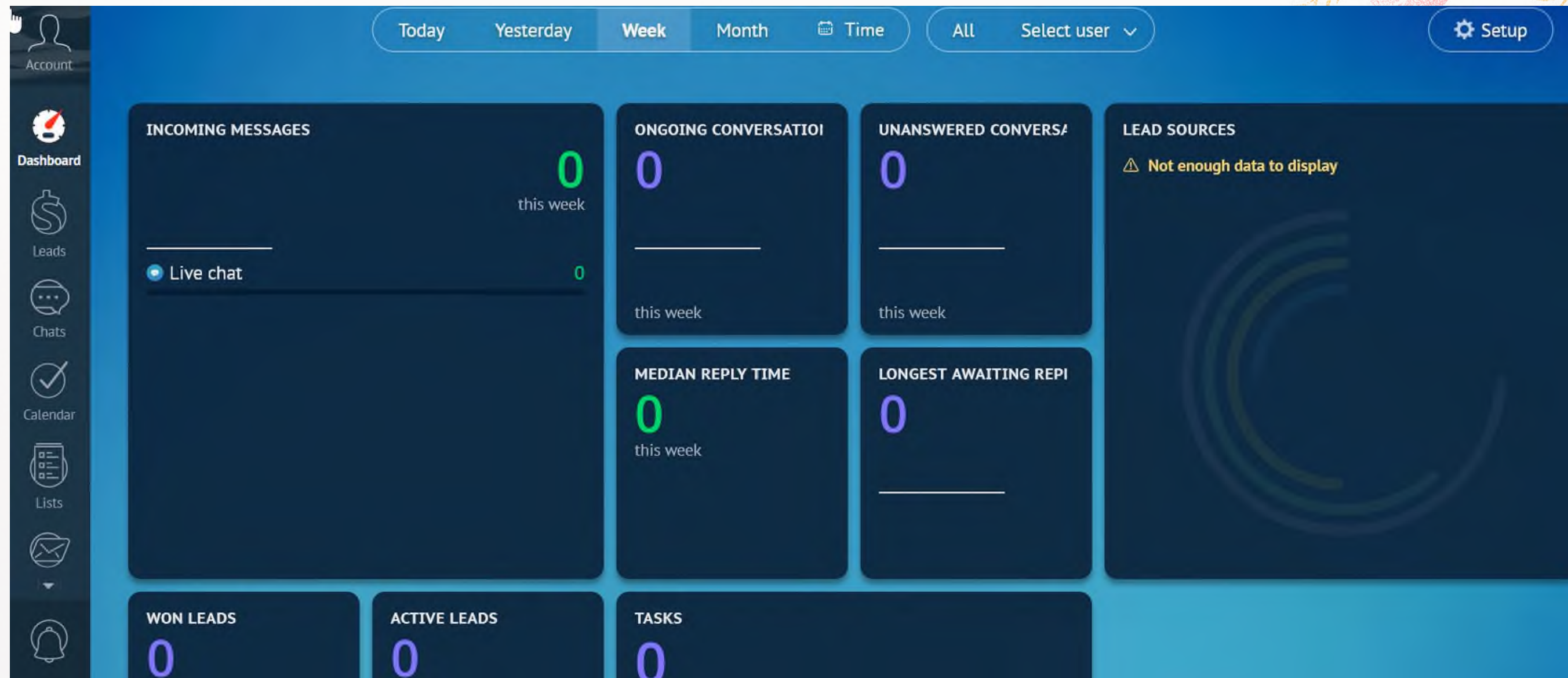
Sisteme CRM de gestiune a clienților

În importanța CRM în turism:

- **Creșterea competitivității:**
 - § Îmbunătățirea calității serviciilor
 - § Oferirea de servicii mai personalizate
 - § Creșterea loialității clienților
- **Creșterea profiturilor:**
 - § Creșterea numărului de rezervări repetate
 - § Atragerea de noi clienți
 - § Reducerea costurilor de marketing
- **Creșterea loialității clienților:**
 - § Crearea unor relații pe termen lung cu clienții
 - § Oferiți clienților o experiență mai bună

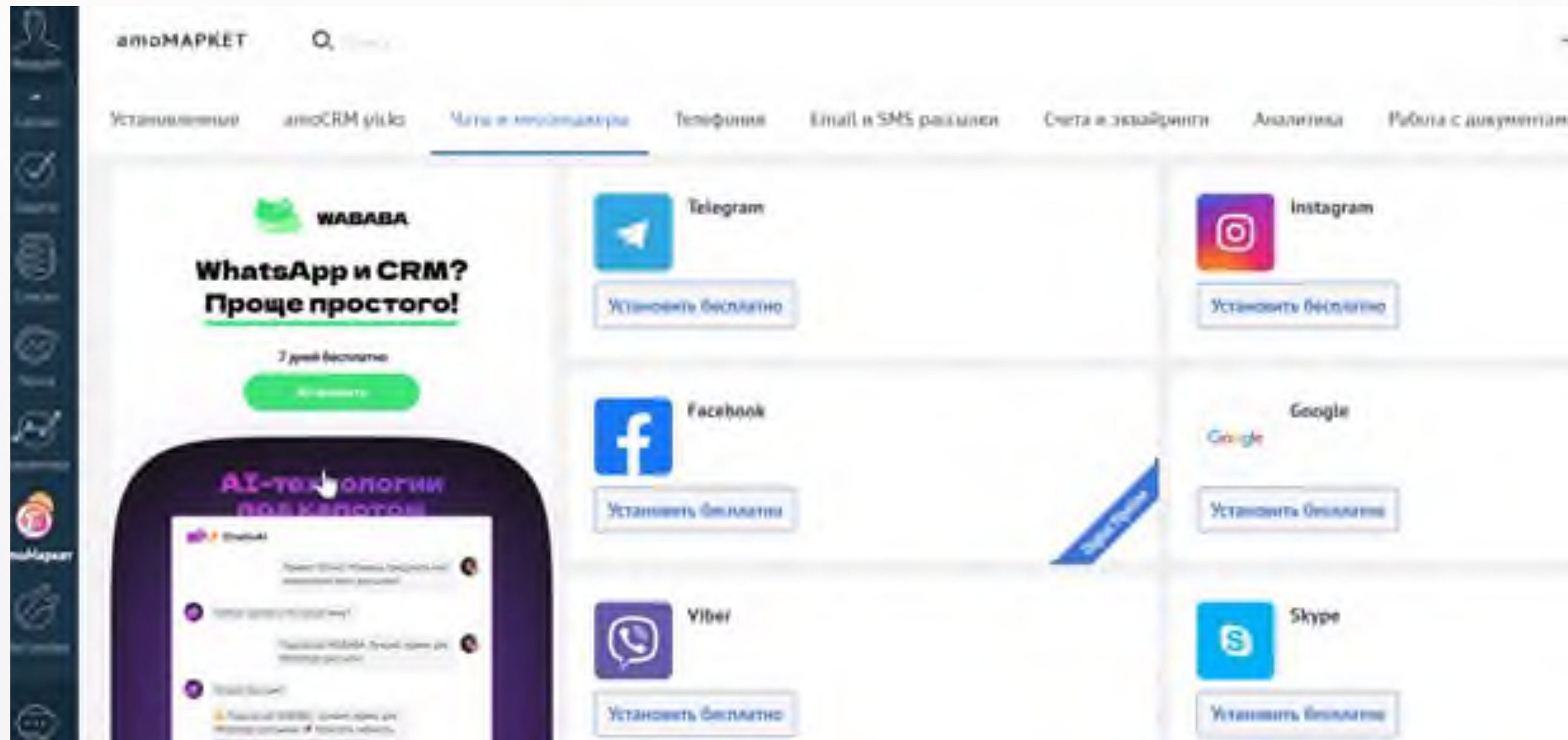
Sisteme CRM de gestiune a clienților

AmoCRM este un program bazat pe cloud care nu necesită instalare pe calculatoarele de lucru ale angajaților.



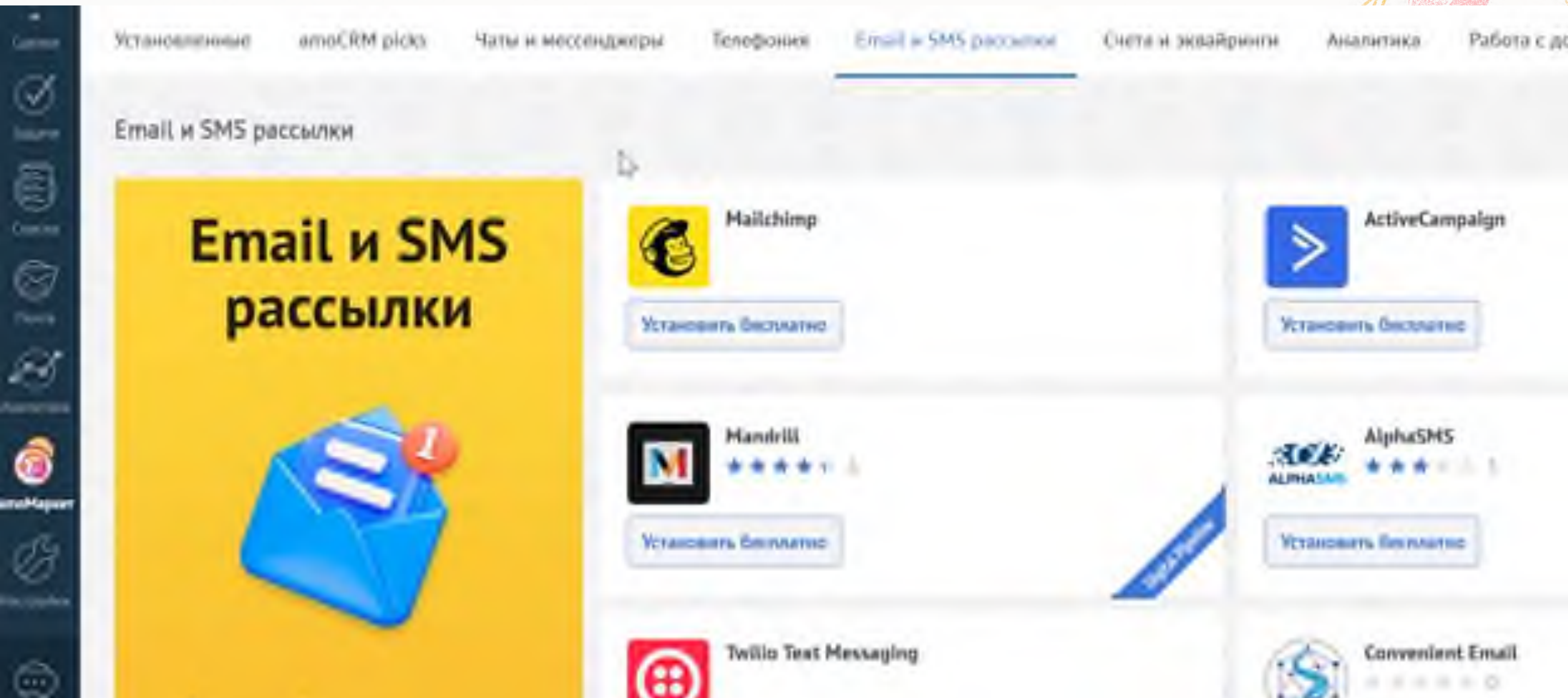
Sisteme CRM de gestiune a clienților

Integrarea AmoCRM cu chat-uri populare și mesagerie instant



Sisteme CRM de gestiune a clienților

Automatizarea trimiterilor prin e-mail și SMS



Sisteme CRM de gestiune a clienților

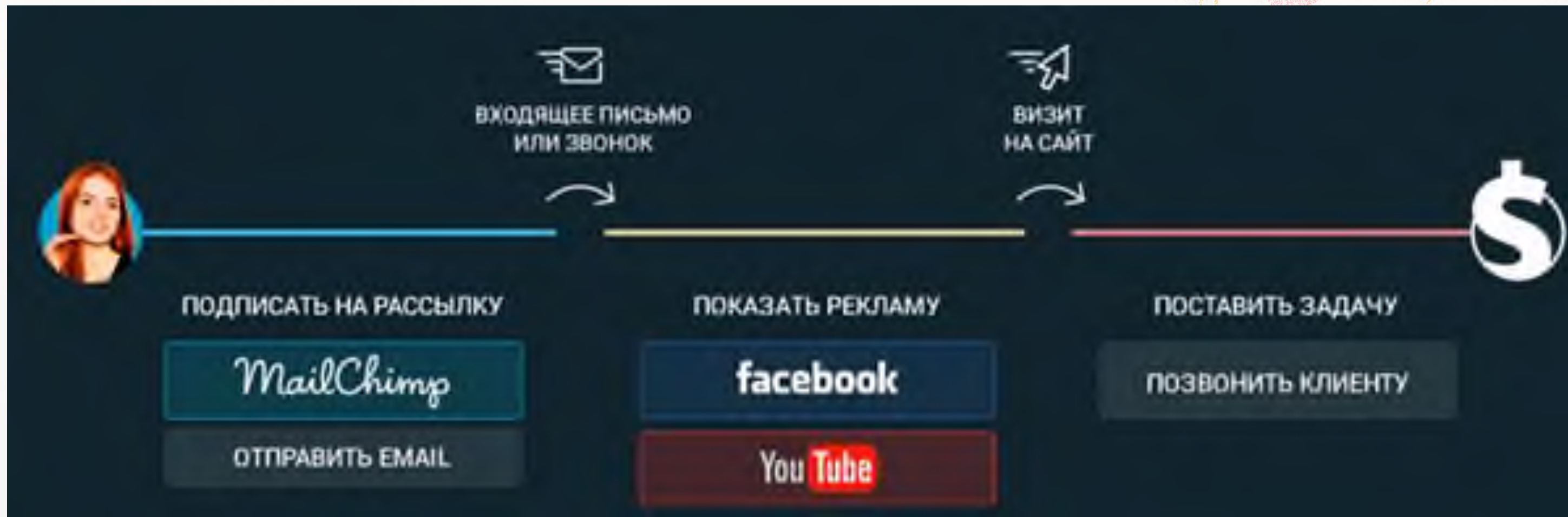
Fixarea automată a solicitărilor amoCRM

The screenshot displays the amoCRM interface. On the left, a lead form titled 'ЗАЯВКА НА РАЗРАБОТКУ САЙТА' (Website Development Request) is shown. It includes fields for 'Имя' (Name) with the value 'Алексей Менделеев', 'Телефон' (Phone) with '+7 (989) 234-23-43', 'Компания' (Company) with 'БезМобайл', and 'Email' with 'mendeleev1@bezmobil.com'. A green 'ОТПРАВИТЬ' (SEND) button is at the bottom. On the right, a list of leads is displayed under the heading 'ПЕРВИЧНЫЙ КОНТАКТ' (Primary Contact). The list includes:

- Алена Петрова, Продавец (2029.2024) - SEO оптимизация (150 000 руб) - разработка
- Екатерина Викторовна, Инт. Парфюм (2029.2024) - Внедрение и доработка CRM (110 000 руб) - сайт
- Сергей Логиков, Language (2029.2024) - Базу - Разработка языкового портала (120 000 руб) - портал
- Павел Григорьев, Эксперт (1129.2024) - Корпоративный портал (850 000 руб) - разработка
- Дмитрий Карпов, IT Блог (1129.2024) - Интернет-магазин (8 000 000 руб) - разработка
- Алексей Менделеев, БезМобайл (2029.2024) - Разработка сайта (110 000 руб) - проект

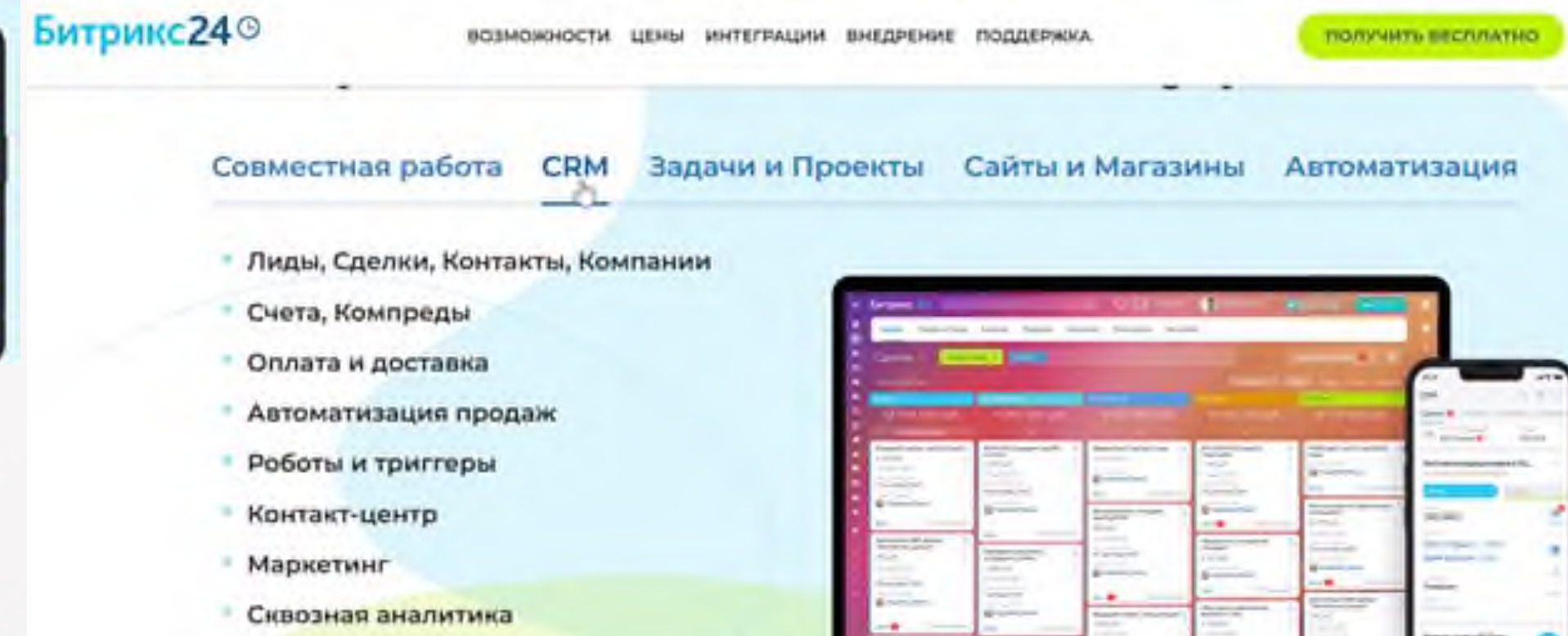
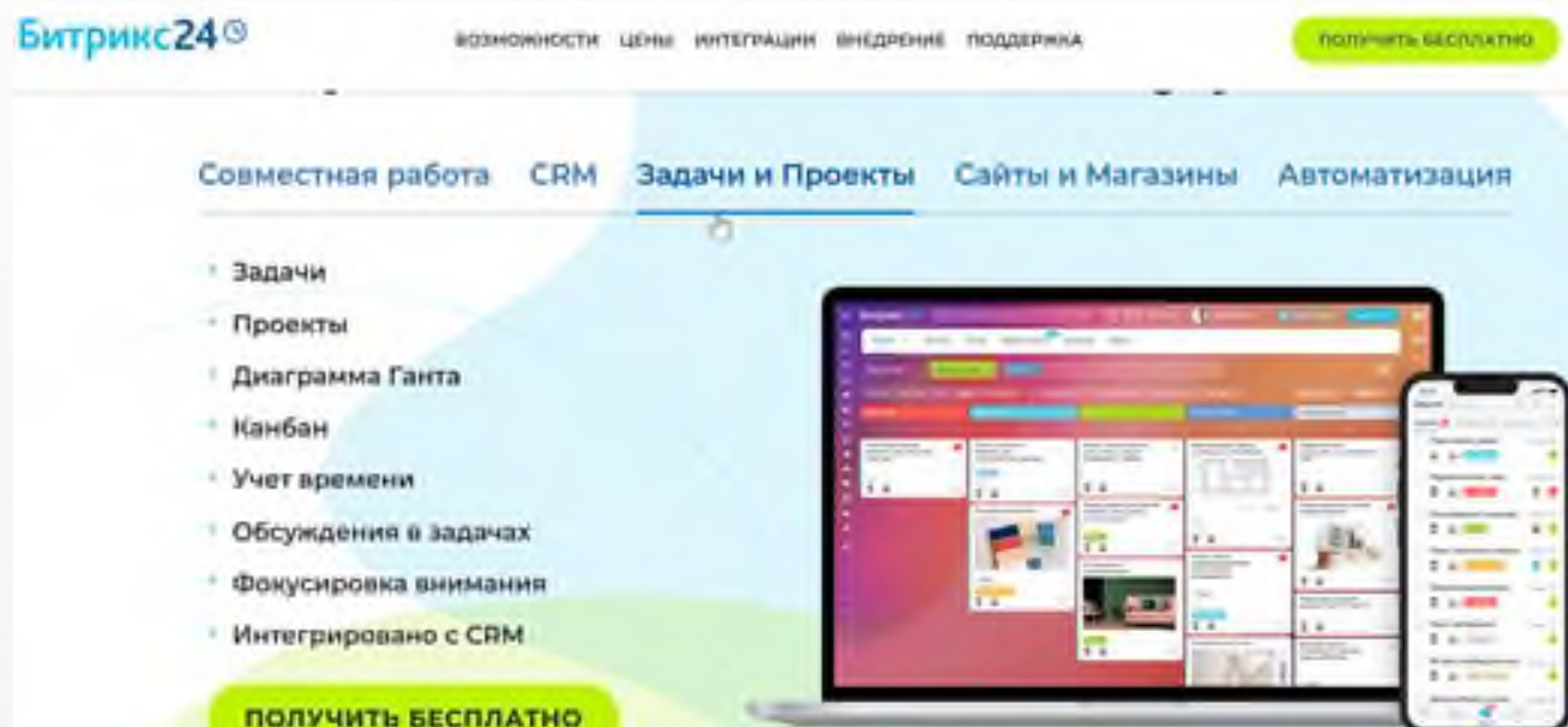
Sisteme CRM de gestiune a clienților

Pâlnie de vânzări
automată amoCRM



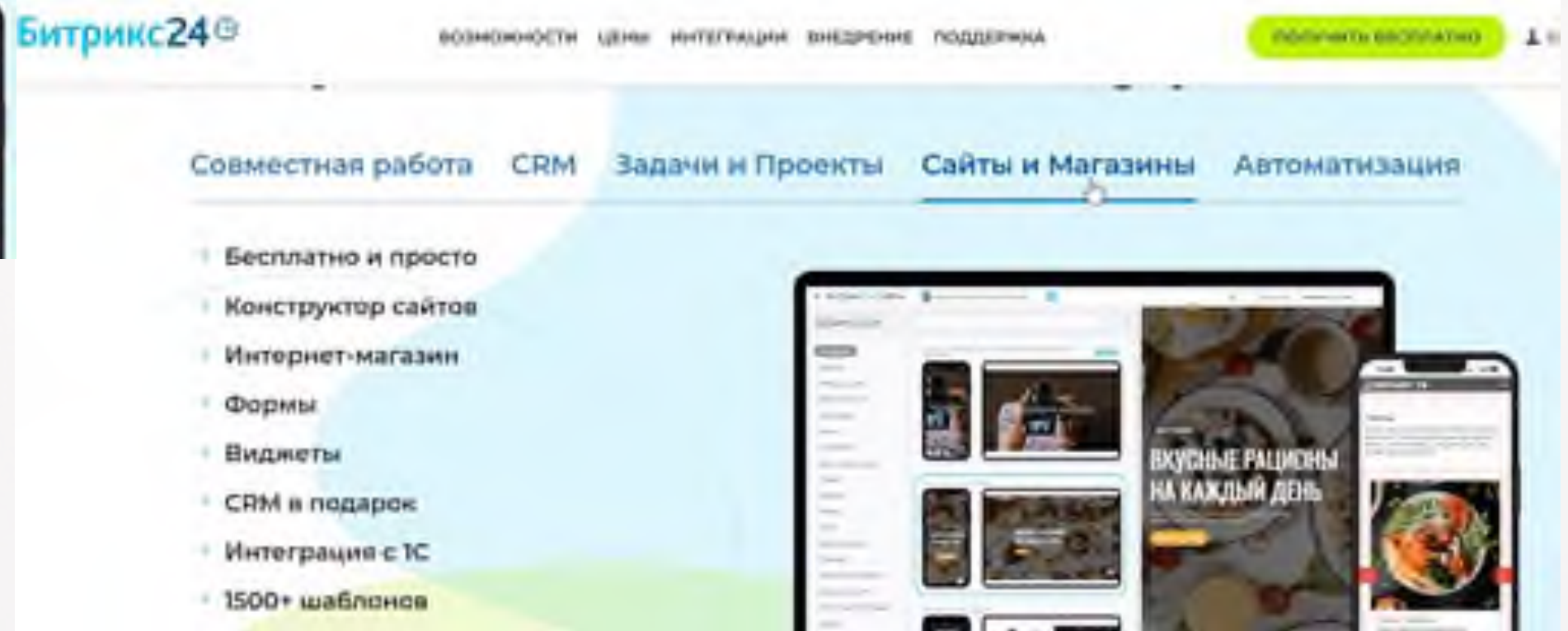
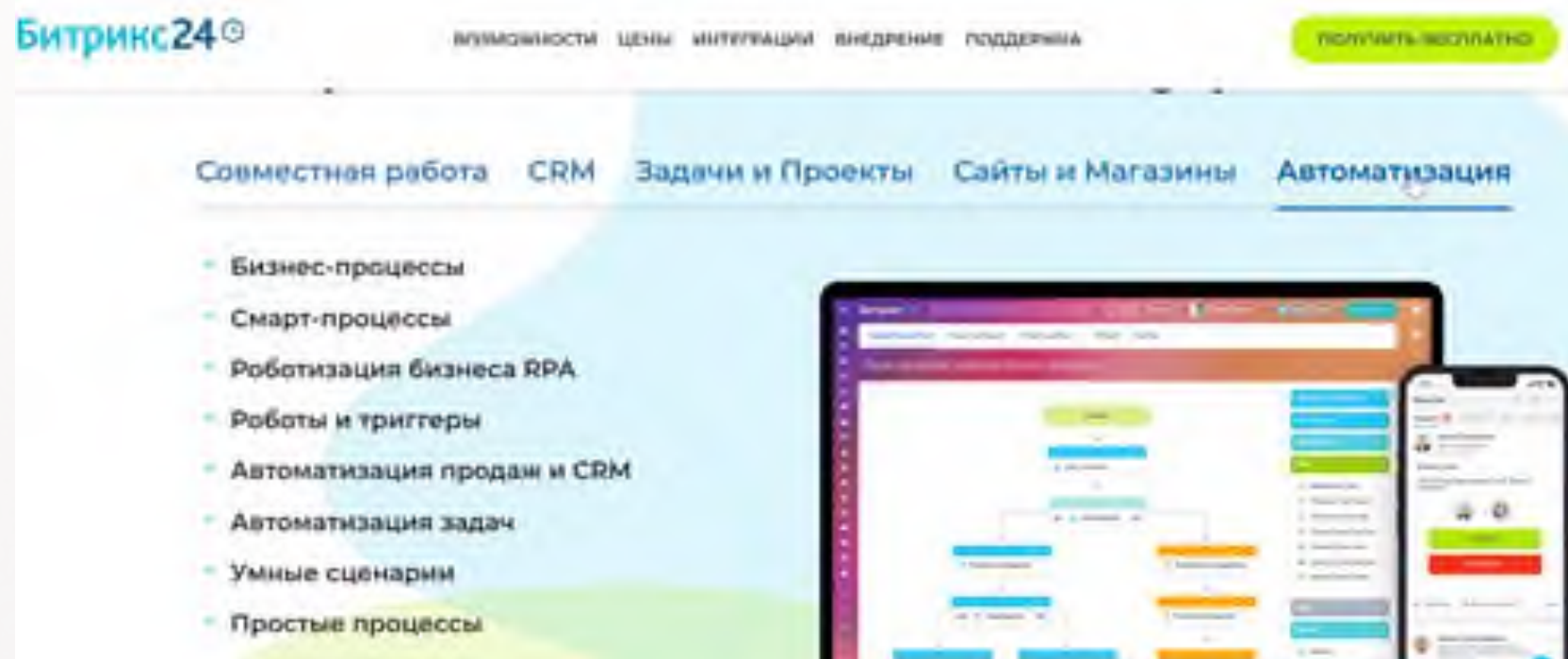
Sisteme CRM de gestiune a clienților

Sistem bitrix24 și instrumente CRM



Sisteme CRM de gestiune a clienților

Sistem bitrix24 și instrumente CRM b24.next.md





Managementul activității financiare în industria turismului

Conținuturi:

1. Conceptul general al managementului financiar în activitatea turistică
2. Operațiuni economice și financiare în activitatea turistică. Gestionarea bugetelor.

Competențe:

- Explicarea fundamentelor managementului financiar, inclusiv bugetarea, gestionarea veniturilor, controlul costurilor și raportarea financiară pentru afacerile din turism.
- Analiza situațiilor financiare, evaluarea rentabilității și luarea deciziilor financiare.



Concept:

**Managementul financiar reprezintă un
subsistem al managementului general al firmei**

**Scopul: asigurarea resurselor financiare necesare, alocarea și
utilizarea lor profitabilă, creșterea valorii firmei și a siguranței
patrimoniului acesteia, îndeplinind un rol activ, pornind de la
resursele financiare mobilizate, în stabilirea obiectivelor
strategice și tactice ale firmei și în controlul și evaluarea
realizării acestora**



10 pași la începerea afacerii

1. Colectare informatii despre domeniul de activitate dorit și afacere

2. Elaborare plan de afacere

3. Identificare surse de finantare

4. Formalizarea firmei (initierea afacerii)

5. Alegere denumirefirmă, logo, slogan și strategie de vânzare

6. Asigurarea prezentei web (site-ul companiei)

7. Campanie de promovare a firmei

8. Identificare sediu firmă

9. Elaborare concept de brand

10. Analiza competentelor ce trebuie dezvoltate

Indicatori utilizați în managementul financiar

Indicatorii economico-financiar ai companiei numiti
și indicatori cheie de performanță economico-
financiară (**KPI** = key performance indicators)
reprezintă instrumente de măsurare și supraveghere a
progresului și performantei afacerii.

Acești indicatori reflectă rezultatele companiei sau
situația economico-financiară a acesteia într-un
anumit moment.



Indicatori de bază

Fluxul de numerar (cashflow)

- face parte din planificarea financiară, fiind unul dintre elementele de bază pentru o afacere de succes.

Cifra de afaceri

- suma vânzărilor de produse/servicii într-o anumită perioadă.

Profitul operațional

- ce profit obține compania din activitatea sa de bază.



UN Tourism



MINISTERUL CULTURII
AL REPUBLICII MOLDOVA



INVEST
MOLDOVA



REPUBLIC OF ESTONIA
MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS

“EMPOWERING YOUNG WOMEN:
SUSTAINABLE LIVELIHOODS THROUGH TOURISM”
PROJECT IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Indicatori de bază

Marja brută

- procentul din cifra de afaceri care îi revine companiei, după ce se scade costul de producție sau cel de achiziție al bunurilor și serviciilor comercializate.

Costurile fixe și variabile

- ***fixe*** (de exemplu chiriile, salariile, costurile cu utilitățile)
- ***variabile*** (care variază în funcție de cantitățile produse)

Gradul de îndatorare

- comparația dintre capitaluri (banii de care dispune antreprenorul sau care sunt obținuți de la investitori în schimbul participației în companiei) și datorii.

Indicatori de bază

Cheltuielile de capital sau investițiile

- de ex., dacă cumperi un laptop performant sau îți renovezi sediul pentru a fi mai atractiv pentru clienți, înseamnă că înregistrezi acum cheltuieli care vor crea beneficii pentru afacere în viitor.

Gradul de concentrare

- un indicator (de obicei exprimat procentual) care măsoară cât la sută din afaceri le faci cu un anumit client sau furnizor.

Costul de achiziție per client

- măsoară cât te costă să atragi un nou client.
- ***Valoarea medie a unui client*** - există doar câteva domenii în care faci achiziții pe viață sau pe termen foarte lung (o casă, o mașină etc).

Exercitiu practic:

Tabelul 1. Analiza componenței și structurii veniturilor din vânzări în dinamică

Indicatorii	Anul 1		Anul 2		Abaterea (±) mii lei
	mii lei	%	mii lei	%	
A	1	2	3	4	5=3-1
1. Venituri din vânzarea produselor finite	15422		19638		
2. Venituri din vânzarea mărfurilor	29		987		
3. Venituri din prestarea serviciilor turistice (din pachete turistice, din activitatea de cazare, din transport)	22182		25429		
TOTAL venituri din vânzări		100		100	

Exercitiu practic:

Tabelul 2. Analiza structurii cheltuielilor pe elementele componente

Indicatorul	Anul 1		Anul 2		Abaterea (±) mii lei
	mii lei	%	mii lei	%	
A	1	2	3	4	5=3-1
I. Cheltuieli operaționale					
1. Costul vânzărilor (din pachete turistice, din activitatea de cazare)	36354		37361		
2. Cheltuieli comerciale / de distribuire (privind operațiunile de marketing, transport, reparații garantate și deservirea cu garanție, etc.)	2104		2965		
3. Cheltuieli administrative (reparația, întreținere și amortizare a mijloacelor fixe; întreținerea personalului administrativ; taxe, impozite și plăți; sponsorizare; protecția muncii; deplasare, etc.)	6195		5628		
4. Alte cheltuieli operaționale (arenda curentă, amenzi, penalități, plata dobânzilor pentru credite și pierderi din deteriorarea valorilor)	1842		3941		
TOTAL cheltuieli		100		100	

Fluxul de numerar

Introduceți valorile în căsutele galbene pentru a obține rezultatul

Sold inițial de numerar	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Luna 4	Luna 5	Luna 6	Luna 7	Luna 8	Luna 9	Luna 10	Luna 11	Luna 12
Încasări												
Încasări din vânzarea produselor sau prestarea serviciilor	8000											
Încasări din vânzarea activelor imobilizate	1200											
Încasarea de dobânzi sau dividende	0											
Încasări sub formă de credite sau împrumuturi	0											
<i>Alte încasări</i>	6000											
Total	15200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plăți												
Plăți către furnizori	2500											
Plăți salariaților și administrație (inclusiv contribuțiile)	6000											
Plățile de dobânzi, dividende	0											
Plăți la procurarea activelor imobilizate	5000											
Plăți aferente contractelor de leasing (inclusiv dobânzi)	0											
Plăți privind credite și împrumuturi	500											
Plata impozitului pe venit	0											
<i>Alte plăți</i>	0											
Total Plăți	14000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fluxul net de numerar (+/-)	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Indicatori utilizați în managementul financiar

Datele vor fi extrase din tabele 1 și 2

► Venituri din vânzare =

► Costul vânzării =

Calculați:

1. Profitul brut obținut din vânzare = Venituri din vânzare - Costul vânzării

Profit brut obținut din vânzare =

2. Rentabilitatea producției = (Profit brut obținut din vânzare ÷ Costul vânzării) × 100%

Rentabilitatea producției =



Managementul financiar are drept scop reducerea cheltuielilor și respectiv majorarea profitului:

1. Diminuarea cheltuielilor personale, ce nu sunt obligatorii și necesare

4. Controlul cheltuielilor de reprezentanță (încadrare în limită și conformare documentară);

2. Diminuarea cheltuielilor impropriei activității de business și antreprenariat (în special a celor neprevăzute de statut și a celor care nu au ca scop în sine generarea profitului)

5. Controlul cheltuielilor filantropice și de sponsorizare (încadrare în limită și conformare documentară);

3. Diminuarea cheltuielilor neconfirmate documentar

6. Controlul cheltuielilor de detașare

7. Monitorizarea pierderilor de rebut și perisabilitate

Concluzii

Managementul financiar este un domeniu important și necesar pentru afacerea dvs., care își merită orice investiție, deoarece astfel se investește în mod indirect în viitorul și în performanța companiei dvs.

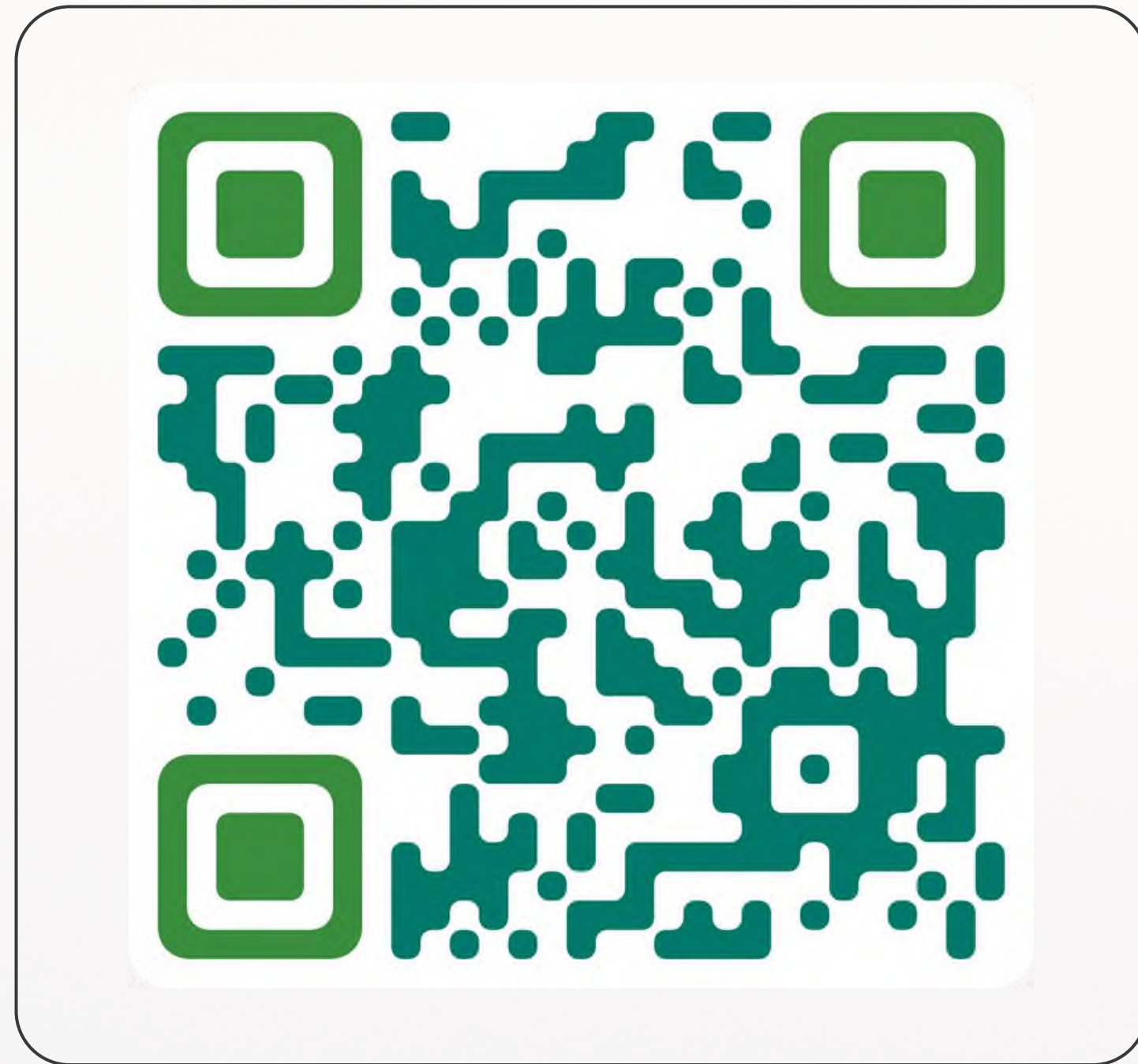


Surse posibile de finanțare

- <https://fonduri.md/> - informatie privind acordarea diferitor fonduri, granturi și credite în diferite domenii (inclusiv în turism)
- <https://dcfta.md/rom/surse-de-finantare> - informatie privind surse de finantare pentru o afacere
- <https://www.oda.md/ro/granturi/turism>
- <https://dcfta.md/grant-turism>



Ce rezultate avem?



Pentru că ne dorim
să fim mai buni

VĂ MULTUMIM!



www.fse.usm.md



fse@usm.md



+373 681 20 207



60, Al. Mateevici str., Chisinau, Republic of
Moldova