



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2025 – 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				ORGANIZARE TURISTICĂ RURALĂ					
2.2 Codul disciplinei				MAA 0251 AS 2103.2					
2.3 Titularul activităților de curs				Lector univ. dr. Dragoș Răducan					
2.4 Titularul activităților de seminar				Lector univ. dr. Dragoș Răducan					
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (<i>E - examen / V - verificare / C - colocviu</i>)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F- facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	9

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar / laborator	2
3.2 curs					
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore didactice din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
3.6 curs					
3.8 Studiu individual , din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					60
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire pentru prezentări sau verificări					10
Pregătire pentru examinarea finală					11
Examinări					6
Consultații					2
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual				169	
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				225	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. coordonează alinierea eforturilor în scopul dezvoltării afacerii 2. realizează analiza afacerii 3. analizează planuri de afaceri 4. analizează cerințe de afaceri
Competențe transversale	1. dă dovada de hotărâre 2. respectă angajamente

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conținutului, obiectivelor și instrumentelor specifice politicilor, factorilor și metodologiilor aplicate pe plan național și internațional în domeniul protecției consumatorilor, al agromarketingului, turismului rural și agroturismului, marketingului agroturistic și dezvoltării durabile a spațiului rural, în vederea fundamentării deciziilor pentru îmbunătățirea continuă a proceselor decizionale de marketing și pentru implementarea strategiilor la nivel de organizație.	
7.2 Rezultatele învățării (Obiectivele specifice)	Cunoștințe:	Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe privind particularitățile proceselor de planificare, coordonare și control în organizații din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. Studentul/absolventul definește obiectivele și sarcinile ce compun o activitate. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului în comerț, turism și servicii. Studentul/absolventul identifică oportunitățile de afaceri în domeniul comerț, turism și servicii. Studentul/absolventul analizează poziția strategică actuală a organizației de turism, comerț sau servicii. Studentul/absolventul identifică și analizează procesele de marketing din cadrul firmelor din domeniul comerțului,

		turismului și serviciilor.
	Aptitudini:	Studentul/absolventul realizează controlul integrat al activităților planificate. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini avansate de identificare a strategiilor de dezvoltare a organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. Studentul/absolventul utilizează rezultatele studiilor de fezabilitate și fezabilitate a investițiilor pentru afaceri. Studentul/absolventul stabilește strategii adecvate de dezvoltare a organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. Studentul/absolventul utilizează instrumente adecvate pentru evaluarea situației firmei din punct de vedere al poziției de marketing.
	Responsabilitate și autonomie:	Studentul/absolventul selectează metodele adecvate de planificare, organizare, coordonare și control în activitatea de comerț, turism și servicii. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de organizare și coordonare a activităților, în scopul rezolvării situațiilor problematice posibile. Studentul/absolventul dezvoltă proiecte de optimizare și inovare a activităților specifice firmelor de comerț, turism și servicii. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de stabilire a strategiilor de dezvoltare a organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. Studentul/absolventul este capabil să identifice noi alternative strategice. Studentul/absolventul elaborează proiecte de dezvoltare a afacerilor în cadrul organizațiilor de comerț, turism și servicii. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a formula politici și strategii de marketing, pentru firme din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. Studentul/absolventul realizează studii/lucrări privind adoptarea diverselor strategii de promovare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Cap. I SPAȚIUL RURAL 1. Spațiul rural: definire, caracteristici 2. Funcțiile spațiului rural 3. Efectele industrializării asupra spațiului rural 4. Satul – componenta principală a spațiului rural 5. Definirea și tipologia regiunilor	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.1
Cap. II DEZVOLTAREA DURABILĂ A AGRICULTURII ȘI A SPAȚIULUI RURAL. INDICATORI PRIVIND DEZVOLTAREA DURABILĂ A AGRICULTURII 1. Conceptul privind dezvoltarea durabilă	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	6 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.2

2. Aplicarea conceptului de agricultură durabilă în România 3. Dezvoltarea durabilă în mediul rural 4. Indicatori ai dezvoltării durabile. Indicatori de agro-mediul 5. Conceptul de gospodărie țărănească. Abordarea sistemică a gospodăriei țărănești 6. Strategii de dezvoltare durabilă a agriculturii și a gospodăriilor țărănești 7. Pădurea și dezvoltarea rurală durabilă			
Cap. III AGROMARKETINGUL ȘI PIAȚA PRODUSELOR AGRICOLE ȘI AGROALIMENTARE 1. Alimentația – o problemă multidimensională 2. Agromarketingul și sistemele agroalimentare 3. Cererea și oferta de produse agricole și agroalimentare 4. Nevoile de consum alimentar, obiect al investigațiilor de marketing. Modele de consum alimentar 5. Produsul agricol, calitatea și competitivitatea pe piață 6. Ciclul de viață al produselor agricole și agroalimentare 7. Prețul - element al competitivității în cadrul pieței agroalimentare 8. Informația și decizia în agromarketing	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	6 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.3 ; 2 – Cap 1, 2, 3 ; 4 – Cap. 4 și 5
Cap. IV FILIERA PRODUCȚIEI AGROALIMENTARE 1. Probleme actuale ale industriei alimentare 2. Economia de piață și implicațiile acesteia în marketingul producției agroalimentare 3. Conținutul și funcționarea filierelor agroalimentare 4. Logistica și filiera agroalimentară 5. Agentul economic intermediar și funcțiile sale în cadrul filierei 6. Circuitul și integrarea în filieră 7. Relațiile dintre producătorii agricoli și agenții economici intermediari 8. Politica de filieră și consecințele sale asupra sectorului de producție agricolă	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.4
Cap. V AGROTURISMUL - COMPONENTĂ ȘI FACTOR DE ANTRENARE A DEZVOLTĂRII DURABILE 1. Agroturismul – formă specifică a turismului rural 2. Impactul economic, social, cultural și instructiv educativ al agroturismului 3. Gospodăria țărănească agroturistică, rezultat al strategiei de dezvoltare a turismului rural 4. Zonarea agroturistică, o necesitate în strategia regională	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 ; 3 – Cap. 3 și 4
Cap. VI MARKETING AGROTURISTIC	Curs interactiv	4 ore	Bibliografie

1. Caracteristicile sectorului turistic. Conceptul de produs turistic 2. Conceptul de marketing agroturistic 3. Cererea și oferta în agroturism 4. Structuri în rețeaua agroturistică teritorială 5. Distribuție și promovare în rețeaua agroturistică 6. Elaborarea programelor de marketing agroturistic 7. Turismul și mediul înconjurător	Conversație euristică Metoda problematizării		obligatorie 1 - Cap.6
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Barbu, Cristian Marian -, „Agromarketing și organizare turistică rurală”, Editura Standardizarea, București, 2014 2. Diaconu, Amelia – „Economia fermelor agricole. Marketing agroalimentar”, Editura Economică, București, 2018 3. Ionescu, Emanuela – „Ecoturism și turism rural”, Editura Artifex, București, 2009 4. Țimiraș, Laura Cătălina. – “Marketing Agroalimentar”, Editura Alma Mater, Bacău, 2016, disponibilă la adresa: http://cadredidactice.ub.ro/timirascatalina/files/2011/03/Curs-Marketing-Agroalimentar-2016.pdf			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Seminar organizatoric. Stabilirea echipelor de lucru pentru studii și referate; Spațiul rural: definire, caracteristici	Conversație euristică Metoda problematizării; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.1
Satul – componenta principală a spațiului rural; Dezvoltarea durabilă a agriculturii și a spațiului rural	Conversație euristică Metoda problematizării; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.1
Alimentația – o problemă multidimensională; Agromarketingul și sistemele agroalimentare	Conversație euristică Metoda problematizării; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.3 ; 2 – Cap 1, 2, 3 ; 4 – Cap. 4 și 5
Probleme actuale ale industriei alimentare	Conversație euristică Metoda problematizării Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.4
Logistica și filiera agroalimentară; Agentul economic intermediar și funcțiile sale în cadrul filierei; Circuitul și integrarea în filieră	Conversație euristică Metoda problematizării; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.4
Agroturismul – formă specifică a turismului rural; Impactul economic, social, cultural și instructiv educativ al agroturismului; Gospodăria țărănească agroturistică, rezultat al strategiei de dezvoltare a turismului rural	Conversație euristică Metoda problematizării Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.5 ; 3 – Cap. 3 și 4
Cererea și oferta în agroturism; Structuri în rețeaua agroturistică teritorială	Conversație euristică Metoda problematizării Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1 - Cap.6

TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Barbu, Cristian Marian -, „Agromarketing și organizare turistică rurală”, Editura Standardizarea, București, 2014 2. Diaconu, Amelia – „Economia fermelor agricole. Marketing agroalimentar”, Editura Economică, București, 2018 3. Ionescu, Emanuela – „Ecoturism și turism rural”, Editura Artifex, București, 2009 4. Țimiraș, Laura Cătălina. – “Marketing Agroalimentar”, Editura Alma Mater, Bacău, 2016, disponibilă la adresa: http://cadredidactice.ub.ro/timirascatalina/files/2011/03/Curs-Marketing-Agroalimentar-2016.pdf			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sectorul cooperatist – Asociația Uniunea Națională a Cooperăției Mestesugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea activității de marketing a întreprinderii agroalimentare, precum și a unor situații problematice specifice dezvoltării durabile a spațiului rural; • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității întreprinderii agroalimentare, a economiei rurale, precum și a activității de turism rural - agroturism; • capacitatea de caracterizare, analiză și interpretare a principalelor mecanisme de funcționare a economiei rurale și a activității de turism rural și agroturism, în optică prospectivă; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării durabile complexe a spațiului rural și a filierei agroalimentare; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea	Examen scris în sesiunea de examene, urmat de examen oral	50 %

	unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.		
10.5 Seminar/ laborator	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea activității de marketing a întreprinderii agroalimentare, precum și a unor situații problematice specifice dezvoltării durabile a spațiului rural; • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității întreprinderii agroalimentare, a economiei rurale, precum și a activității de turism rural - agroturism; • capacitatea de caracterizare, analiză și interpretare a principalelor mecanisme de funcționare a economiei rurale și a activității de turism rural și agroturism, în optică prospectivă; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării durabile complexe a spațiului rural și a filierei agroalimentare; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.	Testarea continuă pe parcursul semestrului	10 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte / portofolii	40%
10.6 Standard minim de performanță			

- însușirea vocabularului specific disciplinei - Înțelegerea noțiunilor de bază privind agromarketingul, piața produselor agricole și agroalimentare, conținutul și funcționarea filierelor agroalimentare, dezvoltarea durabilă, dezvoltarea complexă a spațiului rural, turismul, ecoturismul, turismul rural și agroturismul;
- cunoașterea conținutului, obiectivelor și instrumentelor specifice politicilor, factorilor și metodologiilor aplicate pe plan național și internațional în domeniul sistemelor agroalimentare, ale industriei alimentare, ale funcționării filierelor agroalimentare și protecției consumatorilor, al agromarketingului și dezvoltării durabile complexe a spațiului rural;
- familiarizarea cu literatura de specialitate: cărți, reviste, conferințe, rezultate ale grupurilor de cercetători;
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- obținerea unor note de trecere la testarea continuă;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 25.09.2025

Semnătura titularului de curs,

.....

Semnătura titularului de seminar,

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Avizat,

Semnătura directorului de departament,

.....

Responsabil program de studii,

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2025

Semnătura Decan,

Conf.univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....