

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	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor
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				Managementul destinației turistice										
2.2 Codul disciplinei				0251AS3107.1										
2.3 Titularul activităților de curs				Lector univ. dr. ANDREI Ion										
2.4 Titularul activităților de seminar				Lector univ. dr. ANDREI Ion										
2.5 Anul de studiu		3	2.6 Semestrul		1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)		V	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F-facultativă)		A	2.9 Numărul de credite ECTS		5

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					28
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire pentru prezentări sau verificări					10
Pregătire pentru examinarea finală					10
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					-
3.9 Total ore studiu individual		69			
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)		125			

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	C1 REALIZAREA PRESTAȚIILOR ÎN COMERT, TURISM ȘI SERVICII (1 pct de credit) C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii (1 pct de credit) C2 COMERCIALIZAREA PRODUSELOR/SERVICIILOR (1 pct de credit) C2.1 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare (1 pct de credit) C3 GESTIONAREA RELATIILOR CU CLIENTII SI FURNIZORII (1 pct de credit) C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor (1 pct de credit) C5 ASIGURAREA CALITĂȚII PRESTAȚIILOR ÎN COMERT, TURISM SI SERVICII (1 pct de credit) C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii. (1 pct de credit) C6 ASISTENȚĂ ÎN MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE (1 pct de credit) C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor. (1 pct de credit)
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (în strânsă legătură cu competențele profesionale și transversale)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptele de bază specifice destinațiilor turistice	
7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)	Cunoștințe:	Absolventul definește conceptele și principiile specifice coordonării și gestiunii activităților de servicii, turism, hotelărie și restaurație și a noțiunilor conexe de geografie.
	Aptitudini:	Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate coordonării și gestiunii activităților de servicii, turism, hotelărie și restaurație.
	Responsabilitate și autonomie	Absolventul demonstrează capacitatea de a propune modalitățile de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului operatorilor economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1. Elemente introductive privind managementul produsului și brandului -	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	3 - cap 1, cap 2, cap 3
Tema 2. Regiuni și destinații turistice în România	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1 – cap 1-5 2- cap 1-9
Tema 3. Comportamentul consumatorului	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	4-cap 1-10
Tema 4. Comunicare în marketing	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	5-cap 1-5
Tema 5. Brandul turistic al României	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	3-cap 4
Tema 6. Compararea brandurilor concurente și/sau complementare	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	6-cap 1-17
Tema 7. Comunicare prin simboluri, logoo și imagini	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	5-cap 1-3 6-cap 1-17
Tema 8. Resursele și principalele destinații turistice din diferite regiuni ale României	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1-cap1-7 2-cap1-10
Tema 9. Elemente de unicitate, factori de diferențiere pentru realizare de produse și branduri locale	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	3-cap 7 7-cap 4-5
Tema 10. Resursele și principalele destinații turistice din Regiunea de dezvoltare București-Ilfov	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	2-cap 10
Tema 11. Brandul turistic: definiții, etape de realizare, particularități	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	3-cap 6
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Băltărețu Andreea, Neacșu Nicolae, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice-manual de studiu individual, Editura Universitară, București, 2012

2. Neașu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neașu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară, București, 2016
 3. Cristian Caramida, Brandul Ospitalității, București 2012, Ed. Brandmark
 4. Iacob Catoiu, N. Teodorescu, Comportamentul Consumatorului, Ed. Economica 1997
- Bibliografie suplimentară:**
5. Ioana Cecilia Popescu, Comunicare în Marketing, Ed. Uranus
 6. Matt Hig, Mari succese ale unor branduri, Ed. Meteor business 2009
 7. Costin Lianu, Strategii de branding, ed. Economica 2010

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1 Piața turistică a regiunii/județului X. Potențialul turistic al principalelor regiuni/județe	Studii de caz	4 ore	1-cap 2-cap 1-10 3-cap 7-9 4-cap
Tema 2 Locul turismului în economia regiunii/județului X.	Studii de caz, dezbateri	4 ore	1-cap 2-cap 1-10 3-cap 7-9
Tema 3 Principalii indicatori ce caracterizează turismul unei regiuni/județ	Studii de caz și dezbateri	1 ora	6-cap 4 -7 2-cap 1-10 3-cap 8
Tema 4 Analiza circulației turistice interne (pe regiuni, județe)	Studii de caz și dezbateri	4 ora	6-cap 4
Tema 5 Conceptul de produs turistic și caracteristicile produsului turistic. Tipologia produselor turistice. Gama de produse turistice. Ciclul de viață al produsului turistic. Procesul de creație a unui nou produs turistic. Alternative strategice în politica de produs turistic	Studii de caz	4 ore	2-cap 1-10 3-cap 2-3 4-cap 9 5-cap 2
Tema 6 Program de marketing pentru un produs turistic românesc de export	Dezbateri Studii de caz	4 ore	3-cap 2-3 8-cap 5
Tema 7 Contul satelit al turismului	Dezbateri	1 ora	6-cap 7-8
Tema 8 Determinarea stațiunii etalon – montan/litoral/balnear	Studii de caz	2 ore	6-cap 5
Tema 9 Realizarea unui brand de destinație turistică	Studii de caz Metoda problematizării	4 ore	3-cap 2 5-cap 3-5 7-cap 1-17 8-cap 1-4
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Băltărețu Andreea, Neașu Nicolae, Neașu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice-manual de studiu individual, Editura Universitară, București, 2012
2. Neașu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neașu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară, București, 2016
3. Cristian Caramida, Brandul Ospitalității, București 2012, Ed. Brandmark
4. Iacob Catoiu, N. Teodorescu, Comportamentul Consumatorului, Ed. Economica 1997
5. Neașu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neașu Monica, Resurse și destinații turistice. Studii de caz. Statistici. Reglementări. Documente O.M.T., Editura ProUniversitaria, București, 2013

Bibliografie suplimentară:

5. Ioana Cecilia Popescu, Comunicare in Marketing, Ed. Uranus
6. Matt Hig, Mari succese ale unor branduri, Ed. Meteor business 2009
7. Costin Lianu, Strategii de branding, ed. Economica 2010

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 sistemul cooperatist - 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 (exemplu)	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 specifice disciplinei; • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor cu care operează disciplina; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; • 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.	Examen scris în sesiunea de examene.	60 %
10.5 Seminar/laborator	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor,	Testarea continuă pe parcursul	10 %

	principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice specifice disciplinei; • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor cu care operează disciplina; • capacitatea de a utiliza metodele de analiză și de a interpreta adecvat rezultatele; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații specifice disciplinei; • 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.	semestrului	
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%
10.6 Standard minim de performanță (exemplu)			
• însușirea vocabularului specific disciplinei; • recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu; • înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale; • însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora; • evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte; • participarea la 1/2 din seminarii; • obținerea notei 5 la examenul final.			

Data completării: 30.09.2025

Semnătura titularului de curs,

Lector univ.dr. Ion Andrei

.....

Semnătura titularului de seminar,

Lector univ.dr. Ion Andrei

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Avizat,

Semnătura directorului de departament,

Conf. univ.dr. Aurelian Diaconu

.....

Responsabil program de studii,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

Semnătura Decan,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu