

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				TURISM INTERNAȚIONAL					
2.2 Codul disciplinei				0251FS3108					
2.3 Titularul activităților de curs				LECT. UNIV. DR. RADUCAN DRAGOS					
2.4 Titularul activităților de seminar									
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)	F	2.9 Numărul de credite	3

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar / laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					10
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire pentru prezentări sau verificări					4
Pregătire pentru examinarea finală					5
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					0
3.7 Total ore studiu individual			33		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			75		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Economie în turism
4.2 de competențe	Cunoașterea fundamentelor economice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C5 Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii (3/3 puncte de credit) C5.2. Explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații și procese asociate sistemelor de asigurare a calității în servicii. (1 punct 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 punct de credit) C5.4 Evaluarea și particularizarea metodelor și modelelor de asigurare a calității la specificul organizațiilor de comerț, turism și servicii. (1 punct de credit)
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și însușirea conceptelor, principiilor formării prețurilor, metodelor și tehnicilor utilizate pentru fundamentarea și actualizarea prețurilor în economia de piață, în context concurențial, în scopul conceperii, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii.	
7.2 Obiectivele specifice	• Cunoștințe:	R.1.1 Absolventul cunoaște aspecte relevante privind dinamica turismului internațional în contextul globalizării, geopolitic și al dezvoltării durabile R.1.2 Absolventul identifică structura și caracteristicile diferitelor componente ale tranzacțiilor în turismul internațional R.1.3 Absolventul identifică interdependențele și perspectivele de dezvoltare ale acestora, pornind de la conceptele de bază cu care operează această disciplină
	• Aptitudini:	R.1.1 Absolventul înțelege modul în care funcționează activitățile economice în cadrul turismului la nivel global R.1.2 Absolventul utilizează adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității de turism, pe plan internațional R.1.3 Absolventul rezolvă probleme general-aplicative în domeniul turismului internațional.
	• Responsabilitate și autonomie:	R.1.1 Absolventul evaluează oportunitățile și riscurile industriei ospitalității în plan internațional R.1.2: Absolventul adaptează ofertele agențiilor de turism și a structurilor de primire la tendințele pieței în care activează R.1.3: Absolventul interpretează modul în care funcționează activitățile de turism internațional și dinamica turismului internațional

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1 Continutul conceptului de turism internațional	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	5 cap 3
Tema 2 Mediul extern al firmei turistice care desfasoara activitati pe plan international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	3 cap 2 5 cap 1,3,5
Tema 3 Piata turistica internationala	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	5 cap 1-3
Tema 4 Comportamentul consumatorului de servicii in turismul international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	2 cap 6,7 5 cap 3
Tema 5 Coordonatele politicii de marketing in turismul international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	4 partea a2-a 5 cap 7

Tema 6 Politica de produs turistic international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1 cap 5 5 cap 3
Tema 7 Politica de prețuri si tarife in turismul international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1 cap 6 5 cap 3,7
Tema 8 Politica promotionala	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1 cap 8 5 cap 6
Tema 9 Politica de distributie turistica	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1 cap 7 5 cap 6
Tema 10 Planificarea strategica in turismul international	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1 cap 9
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Nicola Zoica, <i>Marketing Coordonate teoretice si aplicatii practice</i>, Ed. Artifex, 2018 2. M. Udrescu, D. Nastase, <i>Cercetari, previziuni si seminarii in marketing</i>, Ed. AOSR, 2019 3. Catalin Deatcu, <i>Marketing online</i>, Ed. Artifex, 2109 4. Cristian Stoina, <i>Turism si marketing turistic</i>, Ed. Fundatiei Romania de Maine, 2003 5. Ion Andrei, <i>Strategia dezvoltării durabile a sectorului turistic în România - premisă prioritară în creșterea competitivității ofertei turistice pe piața mondială</i>, Editura Mustang, 2011			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1 Specificul activitatii in turismul international. Caracteristicile serviciilor turistice internationale. Continutul si functiile marketingului in turismul international	Studii de caz, dezbateri	1 ora	4 partea a 2-a 5 cap 3,4
Tema 2 Micromediul firmei turistice. Macromediul firmei turistice.	Studii de caz, dezbateri	1 ora	3 cap 2 5 cap 1,2,3,4
Tema 3 Particularitatile consumului in turismul international. Mecanismul comportamentului consumatorului de servicii turistice internationale	Studii de caz și dezbateri	2 ore	2 cap 4
Tema 4 Implicatiile sezonalityi turistice in activitatea firmei de turism. Strategii de marketing turistic in conditii de sezonalitye	Studii de caz și dezbateri	2 ore	3 cap 3 4 cap 1-3 5 cap 1-7
Tema 5 Dezvoltarea durabila in contextul globalizarii, influentele turismului international	Studii de caz	2 ore	4 partea a 2-a 5 cap 1-7
Tema 6 Legislatie interna si internationala in turism. Tipologia produselor turistice.	Dezbateri Studii de caz	2 ore	4 cap 1-3 si 4 partea a 2-a

Tema 7 Competitivitatea ofertei turistice romanesti in turismul international Specificitatea ofertei turistice	Dezbateri; studii de caz	1 ora	5 cap 6,7
Tema 8 Conceptul de politica de pret in turism. Factorii de fundamentare ai preturilor si tarifelor in turism. Strategii de preturi in turism.	Studii de caz	1 ora	5 cap 6,7 4 partea a 2-a
Tema 9 Sistemul de comunicatie al firmei turistice si activitatea de promovare turistica. Operationalizarea politicii promotionale in turism. Continutul activitatii promotionale.	Studii de caz	1 ora	3 cap 3,4 5 cap 6,7
Tema 10 Procesul de planificare strategica in turismul international	Studii de caz	1 ora	5 cap 6,7 1 cap 9
TOTAL		14 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Nicola Zoica, <i>Marketing Coordonate teoretice si aplicatii practice</i>, Ed. Artifex, 2018 2. M. Udrescu, D. Nastase, <i>Cercetari, previziuni si seminarii in marketing</i>, Ed. AOSR, 2019 3. Catalin Deatcu, <i>Marketing online</i>, Ed. Artifex, 2109 4. Cristian Stoina, <i>Turism si marketing turistic</i>, , Ed. Fundatiei Romania de Maine, 2003 5. Ion Andrei, <i>Strategia dezvoltării durabile a sectorului turistic în România - premisă prioritară în creșterea competitivității ofertei turistice pe piața mondială</i>, Editura Mustang, 2011			

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 - Uniunea Națională a Cooperației 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	- Înțelegerea și însușirea conceptelor, proceselor, principiilor, restricțiilor și regularităților pe care se sprijină activitatea economică din punct de vedere al agenților economici individuali, din domeniul comerțului, turismului și serviciilor; - Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de determinare a nivelului prețului pe piața bunurilor de consum; - Recunoașterea rolului procesării informațiilor în procesul managerial specific fundamentării, comunicării și implementării deciziilor strategice la nivel de organizație, în procesul de comunicare managerială și de relaționare cu stakeholderii principali ai organizației; - Înțelegerea modului în care funcționează piețele și a limitelor acestora; - Dezvoltarea unei viziuni dinamice, care să permită înțelegerea concretă a complexității structurale și funcționale din economiile contemporane și dintre acestea; - Cunoașterea și înțelegerea problematicei prețurilor și concurenței, ca procese și fenomene care se manifestă pe piață și între care există interconexiuni; - Cunoașterea regulilor și procedeele legiferaute, precum și autoritățile abilitate cu competența de a supraveghea respectarea unor asemenea reguli și de a acționa cu instrumente specifice pentru înlăturarea abaterilor sub forma practicilor anticoncurențiale, înțelegerile și abuzul de poziție dominantă; - Explicarea și interpretarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor specifice sistemului de prețuri; - Aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură economico-financiară specifice stabilirii prețurilor	Examen scris în sesiunea de examene, urmat de examen oral	60%
10.5 Seminar/laborator	1.Înțelegerea și însușirea conceptelor, proceselor, principiilor, restricțiilor și regularităților pe care se sprijină activitatea economică din punct de vedere al agenților economici individuali, din domeniul comerțului, turismului și serviciilor;; 2.Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de determinare a nivelului prețului pe piața bunurilor de consum: 3.Înțelegerea modului în care funcționează piețele și a limitelor acestora; 4.Dezvoltarea unei viziuni dinamice, care să permită înțelegerea concretă a complexității structurale și funcționale din economiile contemporane și dintre acestea; 5.Cunoașterea și înțelegerea problematicei prețurilor și concurenței, ca procese și fenomene care se manifestă pe piață și între care există interconexiuni; 6.Cunoașterea regulilor și procedeele legiferaute, precum și autoritățile abilitate cu competența de a supraveghea respectarea unor asemenea reguli și de a acționa cu instrumente specifice pentru înlăturarea abaterilor sub forma practicilor anticoncurențiale, înțelegerile și abuzul de poziție dominantă; 7.Explicarea și interpretarea conceptelor, teoriilor, metodelor și	Testarea continuă pe parcursul semestrului i	10 %
		Participare activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte / portofolii	30%

	instrumentelor specifice sistemului de prețuri; 8. Aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară specifice stabilirii prețurilor; 9. Aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.		
--	---	--	--

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în rezolvarea unor aplicații simple;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, studii de caz – (cel puțin un studiu de caz);
- participarea la 2/3 din seminarii;
- luarea notei 5 la examenul final.

Data completării: 23.09.2025

Semnătura titularului de curs,
Întocmit,
Lector univ. dr. RADUCAN DRAGOS
.....

Semnătura titularului de seminar,

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