

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2. Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Departament de 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. Seria de studiu	2021-2024
1.8. Codul disciplinei	

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	<b>INDUSTRIA TURISMULUI ȘI CĂLĂTORIILOR</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	CONF. UNIV. DR. MIRELA ȘTEFĂNICĂ						
2.3. Titularul activităților de lucrări practice	LECT.UNIV.DR. LORIN DRĂGAN						
2.4. An de studiu	2	2.5. Semestrul	2	2.6. Tip de evaluare*	E	2.7. Regimul disciplinei**	OB

\* P – Evaluare pe parcurs / E – Examen / C – Colocviu

\*\* OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

**3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)**

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. lucrări practice	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. lucrări practice	28

**Distribuția fondului de timp (ore)**

Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele	18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	26
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	33
Tutoriat / Consultații	14
Examinări	3
Alte activități	-

3.7. Total ore studiu individual	10 8	3.7. Total ore studiu individual	10 8	3.7. Total ore studiu individual	94
3.8. Total ore pe semestru	15 0	3.8. Total ore pe semestru	15 0	3.8. Total ore pe semestru	150
3.9. Număr de credite					6

**4. Precondiții (dacă este cazul)**

4.1. De curriculum	-
4.2. De competențe	-

**5. Condiții (dacă este cazul)**

5.1. De desfășurare a cursului	Amfiteatru/sală curs, videoprojector, PC și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Laborator, PC, soft (Office), acces rețea internet

**6. 6. Competențe specifice acumulate**

<b>6.1. Competențe profesionale</b>	<p><b>C1 = 0,50 credite:</b> Definirea și descrierea principalelor noțiuni, concepte, legi, procese și fenomene economice, explicând geneza și evoluția lor, evaluarea consecințelor asupra activităților economice și elaborarea proiectelor profesionale detaliate, pe tema proceselor și fenomenelor cu impact negativ asupra diferitelor domenii de activitate.</p> <p><b>C2 = 0,50 credite:</b> Identificarea și analiza principalelor aspecte ce privesc industria turismului și călătoriilor</p> <p><b>C3 = 0,75 credite:</b> Prelucrarea datelor obținute din cercetările teoretice și analiza rezultatelor. Interpretarea și analiza informațiilor obținute sub forma unor referate științifice.</p> <p><b>C4 = 0,75 credite:</b> Utilizarea TIC în prelucrarea datelor culese din diverse surse și analiza lor.</p> <p><b>C5 = 0,50 credite :</b> Argumentarea soluțiilor pe baza coroborării informațiilor economice, demografice, sociale provenind din diverse surse, didactice, științifice și de popularizare a acestora.</p> <p><b>C6 = 0,50 credite:</b> Aplicarea principiilor de multi și interdisciplinaritate și evidențierea valorii calităților personale în studiul managementului strategic.</p>
<b>6.2. Competențe transversale</b>	<p><b>CT1 = 0,50 credite:</b> Aplicarea strategiilor pentru realizarea unei muncii eficiente și responsabile, punctualitate, încrederea și responsabilitatea personală, respectând principiile, normele și valorile deontologiei profesionale;</p> <p><b>CT2 = 0,50 credite:</b> Aplicarea tehnicilor de eficientizare a muncii în echipe multidisciplinare, în funcție de ierarhia postului: atitudinilor specific în echipă;</p> <p><b>CT3 = 0,50 credite:</b> Documentarea în limba română și cel puțin într-o limbă de circulație internațională (limba engleză), pentru dezvoltarea profesională și personală prin intermediul formării continue și adaptării eficiente la noile descoperiri științifice.</p>

**7. 7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)**

<b>7.1. Obiectif general</b>	Dobândirea competențelor profesionale și transversale, potrivit specificului disciplinei, în conformitate cu calificările prevăzute în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) pentru specializarea Master – Management în turism.
<b>7.2. Objectifs spécifiques</b>	<p>La finalizarea cu succes a acestei discipline, <b>studenții vor fi capabili să:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Definească</b> principalele noțiuni și concepte specifice domeniului (turism, călătorie, industria turismului și călătoriilor, dezvoltare economică, servicii)</li> <li>▪ <b>Înțelege</b>, în mod integrat, elementele interacțiunii dintre industrie, servicii și piață</li> <li>▪ <b>Utilizeze</b> tehnicile moderne de calcul și analiză pentru identificarea diferitelor fenomene și procese care au loc în domeniul industriei turismului și călătoriilor;</li> <li>▪ <b>Analizeze</b> procesul crearea de valoare adăugată, specializare, prin aplicarea metodelor și instrumentelor specifice de investigare, interpretare și evaluare</li> <li>▪ <b>Elaboreze</b> studii de evaluare a domeniului turismului și conceperea de strategii ce pot servi ca suport în dezvoltarea viitoare a industriei turismului și călătoriilor.</li> </ul>

**8. Conținut**

<b>8.2.</b>	<b>Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații (ore și referințe bibliografice)</b>
1.	Curs introductiv	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică	2 ore; Referințe: [1] și [3]
2.	Concepte de bază: Turism, Călătorie, Industria turismului și călătoriilor. Caracteristici ale industriei turismului	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [5], [6], [9]
3.	Cererea de turism	Problematizarea, prelegeri ale studenților, conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2]
4.	Oferta de turism	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu	2 ore; Referințe: [1], [2] și [4]



		de caz	
5.	Factorii care influențează industria turismului și călătoriilor. Forme de turism	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu de caz, exercițiul	4 ore; Referințe: [1], [2], [5]
6.	Impactul industriei turismului și călătoriilor	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2], [6]
7.	Dezvoltarea sustenabilă a industriei turismului și călătoriilor	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2], [6], [19]
8.	Programe, principii, strategii sustenabile in industria turismului si calatoriilor	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2] și [6]
9.	Certificare și etichetare ecologică în industria turismului și călătoriilor	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2] și [6]
10.	Ocuparea în industria turismului	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2], [16]
11.	Noile tehnologii și efectele acestora asupra industriei turismului și călătoriilor	Problematizarea, prelegeri ale studenților conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2], [7]
12.	Politici guvernamentale în domeniul turismului. Actori implicați	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1], [2], [3] și [6]
13.	Evoluția industria turismului și călătoriilor în România/RM și perspective	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu de caz	2 ore Referințe: [1], [2], [4]

**Referințe principale:**

1. Tatarusanu, M. (2011). *O perspectivă economică asupra turismului internațional*, Editura Tehnopress, Iași ;
2. Tătărușanu, M., (2016). *Turism internațional. Concepte de bază*, Editura Tehnopress, Iași;
3. Tătărușanu, M., Niță, V., Butnaru, G., Neculăesei, A., Ciortescu, M., Iașu, C., et. al. (2021). *Methodology of Interpretation of European Heritage, Interpretation of Religious Attractions: Selected good Practices Throughout Europe, in Interpretation of European Cultural Heritage in Tourism* (coord. Libena Jarolimkova, Vysokoskolvka skripta, Praha, pp. 76-102, 258-288;
4. OCDE, (2010). *Les tendances et politiques du tourisme de l'OCDE*, [http://www.oecd.org/fr/industrie/tourisme/4859977\\_8.pdf](http://www.oecd.org/fr/industrie/tourisme/4859977_8.pdf) ;
5. Gabor, M. & Oltean F. (2015). *Produse inovative in turismul national si international*, Ed. C.H.Beck, Bucuresti
6. Stefanica M. (2018), *Eco-strategii in administrarea afacerilor turistice*, Ed. Tehnopress, Iasi
7. Gelter, H., 2017. Digital tourism - An analysis of digital trends in tourism and customer digital mobile behaviour for the Visit Arctic Europe project, disponibil la: [https://resources.mynewsdesk.com/image/upload/t\\_attachment/ecdf34yro7o8jyvwm8ji.pdf](https://resources.mynewsdesk.com/image/upload/t_attachment/ecdf34yro7o8jyvwm8ji.pdf).
8. Commission of The European Communities of Eurostat, (2008), *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008)*.

**Referințe suplimentare:**

7. Kleag, G., (2009), *The impact of tourism*, <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>;
8. Onea, A.N., (2011)– *Diversitate culturală și management. O abordare interregională*, Editura Universității "AL. I. Cuza" Iași;
9. Shell, A. (2007). *Globalization in Tourism and Hospitality – A Reflection*, in *Journal of Hospitality Financial Management*, 15 (2), <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1208&context=jhfm>;
10. ILO/UNWTO, (2009), *Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics Tourism: An Engine For Employment Creation*, [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/ilo\\_eng.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/ilo_eng.pdf);
11. Caire, G., Le Masne, P. (2006), *La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination*, <http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/01/CaireLeMasneDT44.pdf>;
12. Buhalis, D, Low, R., 2008, *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research*, in *Tourism Management* 29 (2008), pp. 609–623;



13. Venables, J.A., 2001, *Geography and International Inequalities: the Impact of New Technologies*, Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science;
14. Kim, M-J., Chung, N., Lee, C-K, *The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products and services in South Korea*, in *Tourism Management* 32 (2011) 256–265;
15. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, *Turism/Studii/Strategii*, <http://www.mdr.ro/turism/studii---strategii>;
16. OECD, (2018). *OECD Tourism Trends and Policies. Highlights*, <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf>;
17. UNWTO (2018), *Tourism Highlights. The 2018 Edition*, <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>;
18. \*\*\* - *Travel and Tourism Industry. Chapter 1*, <https://www.pearsonschoolsandcolleges.co.uk/FEAndVocational/TravelAndTourism/Alevel/ASGCETravelAndTourism/Samples/Sampleunit/ASTTDoubleEdexcelUnit1.pdf> ;
19. Tătărușanu, M. (2016). Local community involvement in tourism development. *Management Intercultural*, (37), 435-440.
- 20.

8.2.	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Prezentarea proiectului/activităților ce vor fi realizate: industria turismului și călătoriilor	Prelegerea, problematizarea, conversația euristică, studiu de caz	2 ore; Referințe: [1] și [3]
2.	Evoluția industriei turismului călătoriilor	Exercițiu în echipă: evoluția industriei turismului și călătoriilor într-o țară	Referințe: [7] și [12]
3.	Analiza factorilor care influențează industria turismului și călătoriilor (cererea de turism)	Analiza datelor și furnizarea unei lucrări științifice pe tema factorilor care influențează cererea de turism. <i>Literature review (1 pag)</i>	2 ore; Referințe: [11], [18]
4.	Analiza factorilor care influențează industria turismului și călătoriilor (oferta de turism)	Analiza datelor și furnizarea unei lucrări științifice pe tema factorilor care influențează oferta de turism. <i>Literature review (1 pag)</i>	2 ore; Referințe: [5], [11], și [18]
5.	Analiza structurii industriei turismului și călătoriilor	Studiu în echipă: Analiza datelor ISSN privind componentele industriei turismului și călătoriilor din România	2 ore; Referințe: [1], [2] și [18], [19]
6.	Cercetări privind măsurarea efectelor industriei turismului și călătoriilor	Studiu de caz: Efectele dezvoltării turismului asupra populației locale.	2 ore; Referințe: [1], [3], [6], [11]
7.	Efecte ale noilor tehnologii asupra ITC	<i>Cercetare pe teren: Provocări generate de dezvoltarea noilor tehnologii în turism (Vizită la Grădina Botanică / Muzeul universității)</i>	4 ore; Referințe: [13], [14] și [12]
8.	Efecte ale digitalizării asupra ocupării în turism	Studiu în echipă: Cercetare privind locurile de muncă din domeniul turismului, promovate pe site-urile de internet (utilizarea programului Excel pentru crearea bazei de date). Analiza și prelucrarea datelor.	2 ore; Referințe: [7], [13]
9.	Locurile de muncă din turism	Cercetare privind locurile de muncă din domeniul turismului, promovate pe site-urile de internet (utilizarea programului Excel pentru crearea bazei de date). Analiza și prelucrarea datelor.	2 ore; Referințe: [2] și [13]
10.	Strategii de dezvoltare a industriei turismului unei țări	Exercițiu în echipă: Analiza strategiilor de dezvoltare a industriei turismului și călătoriilor – cazul României (Master Plan	2 ore; Referințe: [15], [16]



		2016-2026)	
11.	Globalizarea și turismul	<i>Dezbatere pe tema: pro și contra globalizare</i>	2 ore; Referințe: [1], [9]
12.	Cultura națională și turismul	Studiu de caz	2 ore; Referințe: [8], [17]
13.	Analiza politicilor guvernamentale din domeniul turismului	Studiu de caz în echipă: Politici guvernamentale în domeniul industriei turismului și călătoriilor în România în contextul actual	2 ore; Referințe: [1], [3]
14.	Analiza rezultatelor obținute și feedback	Discuții	

**Referințe principale:**

1. Tatarusanu, M. (2011). *O perspectivă economică asupra turismului internațional*, Editura Tehnopress, Iași ;
2. Tătărușanu, M., (2016). *Turism internațional. Concepte de bază*, Editura Tehnopress, Iași;
3. Cristureanu, C., (2001). *Economia și politica turismului internațional*, Editura ASE, București ;
4. OCDE, (2010). *Les tendances et politiques du tourisme de l'OCDE*, [http://www.oecd.org/fr/industrie/tourisme/4859977\\_8.pdf](http://www.oecd.org/fr/industrie/tourisme/4859977_8.pdf) ;
5. Tătărușanu, M., & Niță, V., (2012). Why do the Romanian students travel?. *Revista de turism-studii și cercetări in turism*, (14), 72-77. Commission of The European Communities of Eurostat, (2008), *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008)*

**Referințe suplimentare:**

7. Kleag, G., (2009), *The impact of tourism*, <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>;
8. Onea, A.N., (2011)– *Diversitate culturală și management. O abordare interregională*, Editura Universității "AL. I. Cuza" Iași;
9. Shell, A. (2007). *Globalization in Tourism and Hospitality – A Reflection*, in *Journal of Hospitality Financial Management*, 15 (2), <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1208&context=jhfm>;
10. ILO/UNWTO, (2009), *Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics Tourism: An Engine For Employment Creation*, [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/ilo\\_eng.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/ilo_eng.pdf);
11. Caire, G., Le Masne, P. (2006), *La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination*, <http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/01/CaireLeMasneDT44.pdf>;
12. Buhalis, D, Low, R., 2008, *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research*, in *Tourism Management* 29 (2008), pp. 609–623;
13. Venables, J.A., 2001, *Geography and International Inequalities: the Impact of New Technologies*, Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science;
14. Kim, M-J., Chung, N., Lee, C-K, *The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products and services in South Korea*, in *Tourism Management* 32 (2011) 256–265;
15. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, *Turism/Studii/Strategii*, <http://www.mdr.ro/turism/studii---strategii>;
16. OECD, (2018). *OECD Tourism Trends and Policies. Highlights*, <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf>;
17. Neculaesei, A. N., Tatarusanu, M., Anastasiei, B., Dospinescu, N., Bedrule Grigoruta, M. V., & Ionescu, A. M. (2019). A model of the relationship between organizational culture, social responsibility and performance. *Transformations in Business & Economics*, 18(2A), 42-59.
18. UNWTO (2018), *Tourism Highlights. The 2018 Edition*, <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>;
19. \*\*\* - *Travel and Tourism Industry. Chapter 1*, <https://www.pearsonschoolsandcolleges.co.uk/FEAndVocational/TravelAndTourism/ALevel/ASGCETravelAndTourism/Samples/Sampleunit/ASTTDoubleEdexcelUnit1.pdf> ;

**9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Cunoștințele, abilitățile și deprinderile dobândite contribuie la obținerea calificărilor prevăzute în RNCIS pentru specializarea Economia comerțului, turismului și serviciilor, în vederea angajării pe piața muncii, integrării în grupurile profesionale/de cercetare și rezolvării de probleme specifice inter/transdisciplinare conform cerințelor instituțiilor



publice/private și exigențelor profesionale și normelor deontologice.

### Calificările arondate specializării

#### 10. Évaluarea

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere în nota finală (%)
10.4. Curs	Obținerea minim a notei 5 la testul final	Examinare scrisă – test final clasic sau grilă (40%) Teste pe parcurs (10%) Bonus 0.5 p. pentru participarea prin prezentări realizate la curs și implicarea în alte activități anunțate.	50%
10.5. Seminar/ Laborator	Prezența de minim 50% la lucrările practice / seminarii Participarea la dezbateri/analiza studiilor de caz și redactarea de rapoarte scrise prevăzute la evaluarea pe parcurs Realizarea unor proiecte de cercetare conform tematicii anunțate	40% evaluare studii de caz, referate științifice și analize 10% studiul privind locurile de muncă din turism Fiecare studiu de caz/referat/raport de analiză va fi evaluat în funcție de raportarea la aspectele teoretice relevante cu un punctaj situat pe o scală de la 1 la 10. Rezultatul final (maxim 10 puncte=nota 10) reprezintă media aritmetică a punctajelor obținute la toate activitățile.	50%
<b>10.6. Standard minim de performanță:</b> Obținerea notei minime 5 (media notelor de la curs și seminar, conform ponderii pe tipuri de activități).			
<b>a. pentru evaluarea competențelor profesionale:</b> - Elaborarea unor rapoarte / proiecte de cercetare prin identificarea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor învățate; - Folosirea inovativă a metodelor de culegere și prelucrare a datelor utile în managementul strategic; Interpretarea și analiza datelor prin rapoarte scrise; - Test scris de verificare a cunoștințelor			
<b>b. pentru evaluarea competențelor transversale:</b> - Realizarea și prezentarea unor referate științifice în echipă multidisciplinară, respectând conținutul științific al activității, precum și ierarhia postului, cu respectarea normelor și valorilor codului etic profesional. - Participarea la studiile de caz, analiza informațiilor și argumentarea propriilor opinii;			

Data completării,  
28.09.2022

Titular de curs,  
Conf. univ. dr. Mirela ȘTEFĂNICĂ

Titular de seminar/lucrări,  
Lect. Dr. Lorin DRĂGAN

Data avizării în departament,  
28.09.2022

Director de departament,  
Prof. univ. dr. Andrei NEȘTIAN