

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Facultatea de Geografie
1.3 Departamentul	Geografie Umană și Turism
1.4 Domeniul de studii	Geografie
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Amenajare și Dezvoltare Turistică

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMPETITIVITATE, VALORI ȘI PERFORMANȚĂ ÎN TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs	Șef lucrări dr. Răcășan Bianca Sorina						
2.3 Titularul activităților de seminar	Șef lucrări dr. Răcășan Bianca Sorina						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	D.Opt.

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 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					27
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					6
Examinări					2
Alte activități ...					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul total de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe declarative generale dobândite în cadrul ciclului de studii de la nivel licență (Geografia generală a turismului, Prospectare turistică, Management turistic, Marketing turistic, Conceperea și comercializarea produselor turistice), importante în aprofundarea conținuturilor conceptuale și operaționale propuse.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe procedurale specifice rezultate în urma parcurgerii disciplinelor sus-menționate (exemplu: prelucrarea datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor; folosirea TIC pentru prelucrarea informațiilor și analiza lor etc.). Competențe transversale de: aplicare a tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară, atitudine etică față de grup, respect față de diversitate și multiculturalitate, acceptare a diversității de opinie; aplicare a strategiilor de muncă eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">Sală de curs dotată cu calculator, videoproiector și software adecvat (Microsoft Office: Word, Excel și PowerPoint) sau laptop și conexiune la Internet (platformă Microsoft Teams funcțională).
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none">Sală echipată cu calculator, videoproiector și software adecvat (Microsoft Office: Word, Excel și PowerPoint) sau laptop și conexiune la Internet (platformă Microsoft Teams funcțională).

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">C2. Identificarea și analiza potențialului geografic în scop turistic. C2.3 Utilizarea bazelor de date, a literaturii de specialitate, a internetului pentru identificarea unor soluții și/sau informații suplimentare.C3. Prelucrarea datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor. C3.3 Întocmirea unor diagnoze după identificarea diverselor probleme din sfera turismului prin folosirea unei metodologii de investigare și de prelucrare învățate.C4. Folosirea TIC pentru prelucrarea informațiilor și analiza lor.C5. Argumentarea soluțiilor pe baza coroborării informațiilor din diferite surse, cu caracter didactic, științific și de popularizare din domeniul geografiei. C5.3 Elaborarea de lucrări și prezentări, argumentarea logică a unor soluții propuse sau a unor probleme identificate în fața unui public avizat.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">CT1. Aplicarea strategiilor de muncă eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională.CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară, atitudine etică față de grup, respect față de diversitate și multiculturalitate; acceptarea diversității de opinie.CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională continuă în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Scopul principal al cursului este abordarea, înțelegerea și aprofundarea sferei de competitivitate, valori și performanță în domeniul turismului, atât din perspectiva teoretică, dar și prin intermediul valențelor pe care le au aceste concepte operaționalizate în acest sector.
7.2 Obiectele specifice	Obiectivele specifice ale cursului COMPETITIVITATE, VALORI ȘI PERFORMANȚĂ ÎN TURISM au menirea de a ghida studenții pentru: <ul style="list-style-type: none">fixarea noțiunilor de bază privind definirea, tipologia, structura și funcționalitatea acestor elemente cheie pentru turism;fixarea rolului acestora și a importanței cunoașterii implicațiilor lor în toate sferile turismului, de la elementele specifice ale ofertei turistice, la destinații și ofertanți, respectiv prestatori de servicii care operează la nivelul acestora;cunoașterea, recunoașterea, respectarea și aplicarea valorilor de referință în turism, la diferite scări de abordare, în toată complexitatea conferită de modul de combinare și interacțiune în timp și spațiu al întregii game de elemente implicate în fenomenul și activitatea de turismînsușirea metodelor de analiză a indicatorilor de performanță obligatorii pentru orice viitor specialist în turism, aflat în poziții de

	<p>decizie, cu impact asupra propriei dezvoltări profesionale sau asupra teritoriului supus analizei</p> <ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea tehnicilor de perfecționare a competitivității în concordanță cu scopul urmărit (dezvoltarea profesională a unui viitor specialist în turism sau dezvoltarea turistică a unei potențiale destinații) și eficiența aplicativă; • sintetizarea cunoștințelor teoretice dobândite la curs și aplicarea acestora în realitatea curentă prin studii de caz și aplicații practice, discuții libere pe diferite teme cu subiect prestabilit (temele de seminar).
--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Valori – sensuri și implicații în sfera ofertei turistice. Tipuri de valori	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • exemplificarea • dezbateră 	2 ore
2. Cadrul natural vs. patrimoniul cultural: categorii și criterii valorice de referință turistică. Studii de caz	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • conversația euristică • exemplificarea, comparația • problematizarea • studiul de caz 	2 ore
3. Valori ale brandului - natură, cultură, autenticitate. România ca destinație turistică – puncte forte și puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • prezentarea de explicații alternative • exemplificarea • dezbateră 	2 ore
4. Perspectiva ofertanților din turism asupra valorilor reclamate de industria turistică	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • prezentarea de explicații alternative • prelegere orală cu secțiuni interactive 	2 ore
5. Competitivitatea: definire și componente	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • exemplificarea 	2 ore
6. Măsurarea competitivității în turism. Indicatori macroeconomici și indicatori microeconomici	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • conversația euristică • exemplificarea, comparația • problematizarea 	2 ore
7. Factori și elemente determinante ale competitivității diferitelor țări în turism. Destinații competitive concurente	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • exemplificarea, comparația • studiul de caz 	2 ore
8. Orizontul competitivității în turismul românesc. Evaluare și direcții strategice	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • prelegere orală cu secțiuni interactive 	2 ore
9. Produse turistice competitive. Studii de caz	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică 	2 ore

	<ul style="list-style-type: none"> • exemplificarea, comparația • studiul de caz 	
10. Creșterea competitivității destinațiilor turistice	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • conversația euristică • exemplificarea, comparația • problematizarea 	2 ore
11. Dimensiunile teoretice și operaționale ale conceptului de Performanță	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală • conversația euristică • modelarea 	2 ore
12. Indicatori-cheie de performanță: definire, tipologie, măsurare	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • prelegere orală cu secțiuni interactive • exemplificarea 	2 ore
13. Metode de măsurare și evaluare a performanțelor utilizate de către ofertanții din turism	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală • conversația euristică • modelarea 	2 ore
14. Funcționalitatea și complexitatea performanței în activitatea turistică	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exemplificarea • dezbateră • studiul de caz 	2 ore

Bibliografie

1. Alomari, B.M.A, Awawdeh, A.M.H., Alolayyan, M.N., Alzubi, F. (2017), *Employee Performance and Quality Management in the Tourism Sector (Case Study of Human Resources Management – Employee Performance)*, Modern Applied Science, Vol. 11, No. 9, Canadian Center of Science and Education (https://www.researchgate.net/publication/318911193_Employee_Performance_and_Quality_Management_in_the_Tourism_Sector_Case_Study_of_Human_Resources_Management_-_Employee_Performance)
2. Amaya Molinar, C.M., Sosa Ferreira, A.P, Ochoa-Llamas, I. y Moncada Jiménez, P. (2017). *The perception of destination competitiveness by tourists*. Investigaciones Turísticas (14), pp. 1-20. <https://dx.doi.org/10.14461/INTURI2017.14.01>
3. Assaf, G., Josiassen, A. (2011), *Identifying and Ranking the Determinants of Tourism Performance: A Global Investigation*, Journal of Travel Research, 51 (4), pp. 388-399. DOI: 10.1177/0047287511426337. (https://www.researchgate.net/publication/258161253_Identifying_and_Ranking_the_Determinants_of_Tourism_Performance_A_Global_Investigation)
4. Băltărețu, Andreea, Neacșu, N., Neacșu, Monica (2008), *Economia turismului - studii de caz, statistici, legislație*, Edit. Uranus, București.
5. Bobirca, Ana (2007), *Assessing the International Competitiveness of Tourism Services Trade*, Romanian Economic Journal, Year X, no. 23, pp. 29-43. (https://www.researchgate.net/publication/24047488_Assessing_the_International_Competitiveness_of_Tourism_Services_Trade)
6. Bran, Florina, Marin, D., Simon Tamara (1998), *Economia turismului și mediul înconjurător*, Edit. Economică, București.
7. Câmpeanu-Sonea, Eugenia (2006), *Managementul firmei prestatoare de servicii în turism*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
8. Cândea, Melinda, Stăncioiu, Felicia-Aurelia, Mazilu, Mirela, Marinescu, Roxana Cristina (2009), *The Competitiveness of the Tourist Destination on the Future Tourism Market*, Wseas Transactions on Business and Economics, Issue 7, Volume 6, pp. 374-384. (https://www.researchgate.net/publication/228427358_The_competitiveness_of_the_tourist_destination_on_the_future_tourism_market)
9. Ciangă, N., Dezsi, Șt. (2007), *Amenajare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
10. Ciornei, Anișoara; Despa, Adriana; Grigore, Dalia; Mirică, Andreea; Nedelcu, Monica; Nechita, Elena; Plugaru, Rodica; Nicola, Daniela (2016), *Abilități antreprenoriale în turism*, Editura Fulger, Medgidia. (<https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/51cb9390-ffa6-4c3e-938c-7461049a565e/Abilitati%20antreprenoriale%20in%20turism.pdf>)

11. Cîrstea, Șt.D. (2012), *Travel&Tourism competitiveness: a study of world's top economic competitive countries*, Procedia Economics and Finance, pp. 1-8.
(https://www.researchgate.net/publication/275541060_Travel_Tourism_Competitiveness_A_Study_of_World's_Top_Economic_Competitive_Countries)
12. Clarke, J. (2000), *Tourism brands: An exploratory study of the brands box model*, Journal of Vacation Marketing, Vol. 6, Nr. 4, pp. 329–345.
13. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2001) *Prospectare și geoinformare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
14. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2009), *Geografia generală a turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
15. Cocean, R., Moisescu, O. I., Toader, V. (2014), *Economie și planificare strategică în turism*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
16. Croes, R., Ridderstaad, J. (2019), *Extending tourism competitiveness to human development*, Annals of Tourism Research, DOI: 10.1016/j.annals.2019.102825
(https://www.researchgate.net/publication/337334889_Extending_tourism_competitiveness_to_human_development)
17. Croitoru, M. (2011), *Indicele competitivității în turism - analiză empirică România vs. Bulgaria*, Revista Economie teoretică și aplicată, Volumul XVIII, Nr. 9(562), pp. 110-128.
(http://store.ectap.ro/articole/644_ro.pdf)
18. Dimanche, F. (2014). *Performance measurement and management in tourism – An introduction*, Tourism Analysis, 19(4), 397-399.
(https://www.researchgate.net/publication/267104327_Introduction_Performance_Measurement_and_Management_in_Tourism)
19. Erdeli, G., Gheorghilaș, A. (2006), *Amenajări turistice*, Edit. Universitară, București.
20. Foriș, T., Dima, D. coord. (2001), *Manual de formare managerială în turism*, Edit. Psihomedica, Sibiu.
21. Gallarza, Martina G., Gil, Irene (2008), *The concept of value and its dimensions: a tool for analysing tourism experiences*, Tourism Review, Vol. 63, No. 3, pp. 4-20, Emerald Group Publishing Limited. DOI 10.1108/1660537081090155
(https://www.researchgate.net/publication/228421828_The_concept_of_value_and_its_dimensions_A_tool_for_analysing_tourism_experiences/link/0c960525bd0cdabf28000000/download)
22. Gheorghilaș, A. (2014), *Geografia turismului*, Ed. a III-a, revizuită și adăugită, Editura Universitară, București.
23. Hannam, K., Knox, D. (2010), *Understanding tourism: A Critical Introduction*, Edit. Sage, London.
24. Hassan, S.S. (2000), *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry*, Journal of Travel Research, Vol. 38, pp. 239-245. DOI: 10.1177/004728750003800305
(https://www.researchgate.net/publication/238430830_Determinants_of_Market_Competitiveness_in_an_Environmentally_Sustainable_Tourism_Industry)
25. Hindley, Ann, Font, X. (2015), *Values and motivations in tourist perceptions of last-chance tourism*, Tourism and Hospitality Research 0(0), pp. 1–12. DOI: 10.1177/1467358415619674
(https://www.researchgate.net/publication/284912230_Values_and_motivations_in_tourist_perceptions_of_last-chance_tourism)
26. Horwath HTL (2011), *Planul de Marketing Strategic și Operațional pentru România 2011-2015*, Horwath HTL – Hotel, Tourism and Leisure, București. (<http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/05/SMOP-Romania-Raport-Final.pdf>)
27. Hudson, S. (2008), *Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective*, Edit. Sage, London.
28. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2009), *România, potențial turistic*, Ed. a III-a revăzută, Editura Universitară, București.
29. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2013), *Turism, teorie și metodologie*, Editura Universitară, București.
30. Ilieș, M. (2007), *Amenajare turistică*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
31. Jacobsen, D., Carson, D., Sharma P., Macbeth, J. (2003), *A Guide to Assessing the Economic Value of Tourism in Regions - Occasional Paper Number 7*, Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University, Lismore, NSW, Australia
(https://www.researchgate.net/publication/228893124_A_Guide_to_Assessing_the_Economic_Value_of_Tourism_in_Regions/link/00b4951b06648afe4e000000/download)
32. Jones, P., Lockwood, A. (2002), *The Management of Hotel Operations*, Edit. Cengage Learning EMEA,

- London.
33. Mazanec, J.A., Wöber, K., Zins, A.H. (2007), *Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?*, Journal of Travel Research, Vol. 46, pp. 86-95. DOI: 10.1177/0047287507302389. (https://www.researchgate.net/publication/249701318_Tourism_Destination_Competitiveness_From_Definition_to_Explanation)
 34. Mălăescu, Simona (2017), *Conceperea și comercializarea produselor turistice – Suport de curs*, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
 35. MDRT (2011), *Manualul: Valori de referință și identitate vizuală*, disponibil la: http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/04/brosura_manual_brand.pdf * * * (2001), Legea nr.422 din 18 iulie 2001 privind protejarea monumentelor istorice, publicată în M.Of. nr. 407/24 iul. 2001, disponibilă la: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htm_act_text?id=28852
 36. Middleton, V. (1994), *Marketing in travel and tourism*, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
 37. Mihalič, Tanja, Liburd, Janne, Guia, Jaume (2015), *Values in Tourism*, in Pauline J. Sheldon, Cathy H. C. Hsu (ed.) *Tourism Education: Global Issues and Trends* (Tourism Social Science Series, Volume 21) Emerald Group Publishing Limited, pp. 41 – 59. DOI 10.1108/S1571-504320150000021010 (https://www.researchgate.net/publication/282328859_Values_in_Tourism/link/560c2ef208aed543358d24c3/download)
 38. Mika, M. (2012), *Competitiveness of tourist destinations as a research problem in the geography of tourism – analytical assumptions behind the research model*, Prace Geograficzne, zeszyt 130 Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ Kraków, pp. 91–105. DOI: 10.4467/20833113PG.12.022.0663 (https://www.researchgate.net/publication/329403595_Competitiveness_of_tourist_destinations_as_a_research_problem_in_the_geography_of_tourism_-_analytical_assumptions_behind_the_research_model)
 39. Minciu, Rodica (2004), *Economia turismului*, Ed. a III-a revăzută și adăugită, Edit. Uranus, București.
 40. Morar, Dorian; Cotîrlea, Denisa Adriana (2012), *Tourism Competitiveness and Destination Branding - A Theoretical Approach*, “Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series Volume XII, Issue 2. (https://www.researchgate.net/publication/235899601_Tourism_Competitiveness_and_Destination_Branding_-_A_Theoretical_Approach)
 41. Morgan, N., Prichard, A., Pride, R. (2004), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Ed. a II-a, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
 42. Muntele, I., Iașu, C. (2003), *Geografia turismului: concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Edit. Sedcom Libris, Iași.
 43. Neacșu, N., Cernescu, A. (2002), *Economia turismului - Studii de caz, Reglementări*, Edit. Uranus, București.
 44. Nica, Ana-Maria, Zdaniuk, B.A., Nistoreanu, P. (2013), *Analysis of Competitiveness in the Tourism Sectors within Central and Eastern Europe. Case Study Romania*, Actual Problems of Economics Vol.2, pp. 125-135 (https://www.researchgate.net/publication/236180614_ANALYSIS_OF_COMPETITIVENESS_IN_THE_TOURISM_SECTORS_WITHIN_CENTRAL_AND_EASTERN_EUROPE_CASE_STUDY_ROMANIA)
 45. Nicoară, L., Pușcaș, Angelica (2007), *Regionare turistică mondială*, Ed. a II-a, rev. și adăug., Edit. Silvania, Zalău.
 46. Oncioiu, Ionica, Nedeia, Anca (*), *Competitivitatea în turism în contextul crizei economice*, (http://www.idru.ro/app/wp-content/uploads/editura/competitiv_turism_criza.pdf)
 47. Păcurar, Al. (2009), *Turism internațional*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
 48. Phillips, P., Louvieris, P. (2005), *Performance Measurement Systems in Tourism, Hospitality, and Leisure Small Medium-Sized Enterprises: A Balanced Scorecard Perspective*, Journal of Travel Research; 44; pp. 201-211, DOI: 10.1177/0047287505278992 (https://www.researchgate.net/publication/258161106_Performance_Measurement_Systems_in_Tourism_Hospitality_and_Leisure_Small_Medium-Sized_Enterprises_A_Balanced_Scorecard_Perspective)
 49. Pirnar, Ige, Bulut, C., Eris, E.D. (2005), *Improving the performance and competitiveness of tourism establishments by means of innovation: trends and applications*, 1st International Conference Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment Proceedings: Volume 1, pp. 133-143. (https://www.researchgate.net/publication/266391301_Improving_the_performance_and_competitiveness_of_tourism_establishments_by_means_of_innovation_trends_and_applications)

50. Răcășan, Bianca Sorina, Gaman, G. (2015) *Tourist Image of Romania Reviewed by International Travel Guides. Comparative Study: English, French and German Editions*, Journal of Tourism – Studies and research in tourism, Issue 19, pp. 60-73. (<http://www.revistadetourism.ro/rdt/article/view/281/208>)
51. Răcășan, Bianca Sorina, Egresi, I. (2019), *Tourism, Branding and Territorial Identity in the Rural Space. Local Authorities' Perspective*, Territorial Identity and Development, Volume 4, Number 2 (Autumn), pp. 18-38. (http://territorial-identity.ro/wp-content/uploads/2020/05/2_TID_Racasan-Egresi_2_2019.pdf)
52. Răcășan, Bianca-Sorina (2018), *Turismul în spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
53. Răcășan, Bianca-Sorina (2020), *Conceperea și comercializarea produselor turistice – Note de curs*, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
54. Richards, G. (2001), *Cultural Attractions and European Tourism*, Edit. CABI, Wallingford.
55. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N. (2001), *Economia turismului*, Edit. Expert, București.
56. Tigre Moura Fr., Gnoth, J., Deans, K.R. (2014), *Localizing Cultural Values on Tourism Destination Websites: The Effects on Users' Willingness to Travel and Destination Image*, Journal of Travel Research, pp. 1-15. DOI: 10.1177/0047287514522873 (https://www.researchgate.net/publication/273837427_Localizing_Cultural_Values_on_Tourism_Destination_Websites_The_Effects_on_Users'_Willingness_to_Travel_and_Destination_Image/link/5630e53208ae506cea675cbc/download)
57. Turcu, V. (2003), *Economia întreprinderii de turism*, Edit. Eurostampa, Timișoara.
58. Wang, Wei, Yaoyuneyong, Gallayanee, Sullivan, Pauline, Burgess, Brigitte (2018), *A Model for Perceived Destination Value and Tourists' Souvenir Intentions*, Journal of Applied Marketing Theory Vol. 8 (2), pp. 1-23. (https://www.researchgate.net/publication/328109668_A_Model_for_Perceived_Destination_Value_and_Tourists'_Souvenir_Intentions/link/5bc1098d92851c88fd65d09d/download)
59. World Economic Forum (2017), *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 - Paving the way for a more sustainable and inclusive future*, Geneva. (<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>)
60. World Economic Forum (2019), *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019 - Travel and Tourism at a Tipping Point*, Geneva. (<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>)
61. Yılmaz, Y., Bititci, U.S., *Performance measurement in tourism: a value chain model*, International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol. 18 No. 4, 2006 pp. 341-349. DOI 10.1108/09596110610665348 (https://www.researchgate.net/publication/235317986_Performance_Measurement_in_Tourism_A_Value_Chain_Model/link/5c77fa6d458515831f76e0e5/download)
62. Żemła, M. (2011), *Value Co-creation and Competitiveness of Tourism Destinations*, Folia Turistica Vol. 25(1) –Special Edition: “The Master Classes”, Kraków. (https://www.researchgate.net/publication/233860622_Value_co-creation_and_competitiveness_of_tourism_destinations/link/09e4150c4d2505e4df000000/download)
63. * * * (2018), *ABC-ul Patrimoniului*, disponibil la: <https://patrimoniu100.ro/abc-ul-patrimoniului/>
64. * * * (2018), *Strategia națională a României pentru dezvoltarea turismului 2019-2030, Volumul 1: Raport privind Evaluarea rapidă a sectorului turistic*, București. (<https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2020/09/Strategia-de-Dezvoltare-Turistic%C4%83-a-Rom%C3%A2niei-volumul-1-Raport-privind-Evaluarea-rapid%C4%83-a-sectorului-turistic.pdf>)

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Resursele turistice de valoare excepțională vs. resursele turistice de valoare deosebită	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • explicația • exemplificarea • comparația • studiul de caz • observația (independentă, dirijată) 	2 ore
2. Valori de referință și identitate vizuală	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică 	2 ore

	<ul style="list-style-type: none"> • exemplificarea • studiul de caz • interpretarea fotografiilor • investigația în comun (munca în echipe) • dezbateri/analize tematice 	
3. Sistemul de indicatori de eficiență a activității de turism	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • explicația • exemplificarea • analiza statistică • exercițiul de calcul 	2 ore
4. Atractivitatea pieței vs. competitivitatea entității turistice. Analiza multifactorială în turism	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • explicația • exemplificarea • comparația • studiul de caz 	2 ore
5. Indicele competitivității pentru sectorul turism și călătorii	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • explicația • exemplificarea • observația (independentă, dirijată) • analiza statistică • exercițiul de calcul 	2 ore
6. Analiza indicatorilor de performanță (exemple)	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea • exemplificarea • investigația în comun (munca în echipe) 	2 ore
7. Performanța competitivă în turism. Modele de bună practică	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • exemplificarea • investigația în comun (munca în echipe) • prezentări de proiecte 	2 ore
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Croitoru, M. (2011), <i>Indicele competitivității în turism - analiză empirică România vs. Bulgaria</i>, Revista Economie teoretică și aplicată, Volumul XVIII, Nr. 9(562), pp. 110-128. (http://store.ectap.ro/articole/644_ro.pdf) 2. Horwath HTL (2011), <i>Planul de Marketing Strategic și Operațional pentru România 2011-2015</i>, Horwath HTL – Hotel, Tourism and Leisure, București. (http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/05/SMOP-Romania-Raport-Final.pdf) 3. MDRT (2011), <i>Broșura: Valori de referință și identitate vizuală</i>, disponibilă la: http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/06/Brosura_MT_romana.pdf 4. MDRT (2011), <i>Manualul: Valori de referință și identitate vizuală</i>, disponibil la: http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/04/brosura_manual_brand.pdf 5. * * * (2001), Legea nr.422 din 18 iulie 2001 privind protejarea monumentelor istorice, publicată în M.Of. nr. 407/24 iul. 2001, disponibilă la: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htm_act_text?id=28852 6. Turcu, Daniela, Weisz, Janeta (2008), <i>Economia turismului</i>, Editura Eurostampa, Timișoara (https://www.academia.edu/20836735/DANIELA_TURCU_JANETA_WEISZ_ECONOMIA_TURIS_MULUI) 7. World Economic Forum (2011), <i>The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011 - Beyond the Downturn</i>, Geneva. (http://www3.weforum.org/docs/TTCR11/) 8. World Economic Forum (2017), <i>The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 - Paving the way for a more sustainable and inclusive future</i>, Geneva. (https://www.weforum.org/reports/the-travel- 		

[tourism-competitiveness-report-2017\)](#)

9. World Economic Forum (2019), *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019 - Travel and Tourism at a Tipping Point*, Geneva. (<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>)
10. * * * (2015), *Lista monumentelor istorice*, disponibilă la: <http://www.cultura.ro/lista-monumentelor-istorice>
11. * * * (2018), *ABC-ul Patrimoniului*, disponibil la: <https://patrimoniul100.ro/abc-ul-patrimoniului/>
12. * * * *Lista Patrimoniului Mondial – UNESCO*, disponibilă la: <https://patrimoniul.ro/monumente-istorice/lista-patrimoniului-mondial-unesco>
13. * * * *Listele Ariilor Naturale Protejate ale României*, disponibile la: <http://ananp.gov.ro/ariile-naturale-protejate-ale-romaniei/>
14. * * * *WEF Travel & Tourism Competitiveness Index*, disponibil la: <https://tcddata360.worldbank.org/indicators/tour.comp.comp?country=BRA&indicator=3524&viz=line-chart&years=2015,2017>
15. * * * *World Heritage List*, disponibil la: <http://whc.unesco.org/en/list/>
16. <https://digitalmetrics.ro/kpi-indicatori-de-performanta-in-marketingul-online/>
17. <https://epmromania.wordpress.com/2013/01/20/indicatorii-cheie-de-performanta-2/>
18. <https://www.iagency.ro/marketing-online/ce-inseamna-kpi-totul-despre-indicatorii-de-performanta>
19. <https://mensis.ro/ce-este-kpi-care-sunt-indicatorii-de-performanta/>
20. <https://www.project-management-romania.ro/articole/kpi%20key%20performance%20indicators/>
21. <https://termene.ro/articole/indicatorii-cheie-de-performanta-kpi>

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu programele altor centre universitare din țară și din străinătate, prezentând totodată și elemente de conținut originale axate pe necesitatea cunoașterii și înțelegerii valorilor și indicatorilor care stau la baza raportării corecte la performanță și competitivitate în domeniul turismului
- Disciplina predată oferă posibilitatea unei pregătiri teoretice și practice corespunzătoare calificărilor vizate de programul de studii masterale căruia i se subordonează, propunându-și formarea unor competențe transversale și profesionale necesare viitorilor absolvenți, angrenați în activități și poziții de decizie în sectorul turismului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • verificarea gradului de sistematizare și utilizare a noțiunilor însușite • coerența logică și forța argumentativă • gradul de asimilare a terminologiei de specialitate 	Evaluare finală în sesiunea de examene	40%
		Participarea activă la cursuri	10%
10.5 Seminar/ laborator	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de aplicare în practică • capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate • criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiințozitatea, interesul pentru studiu individual 	Prezentare teme de seminar, elaborare și realizare miniproiect de cercetare	40%
		Participarea activă la seminarii	10%

10.6 Standard minim de performanță

- Dobândirea unor cunoștințe declarative (teoretice) și procedurale (practice) de bază aferente sferei de competitivitate, valori și performanță în domeniul turismului.
- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minimum 5 (cinci) la ambele componente (activitate seminar și evaluare finală curs).
- Notele acordate sunt între 1 (unu) și 10 (zece).

Data completării,

Semnătura titularului de curs,

Semnătura titularului de seminar,

17.04.2022

Șef lucrări dr. Răcășan Bianca Sorina

Șef lucrări dr. Răcășan Bianca Sorina

Data avizării în departament

Semnătura director de departament,

Prof. univ. dr. Dezsi Ștefan