

FIȘA DISCIPLINEI

Metode și tehnici de prospectare a ofertei turistice

Anul universitar

2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Facultatea de Geografie
1.3. Departamentul	Scoala Doctorală de Geografie
1.4. Domeniul de studii	Geografie
1.5. Ciclul de studii	Doctoral
1.6. Programul de studii / Calificarea	Doctorat
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei			Metode și tehnici de prospectare a ofertei turistice				Codul disciplinei	DG1107
2.2. Titularul activităților de curs					Prof. univ. dr. Dezsi Ștefan			
2.3. Titularul activităților de seminar					Prof. univ. dr. Dezsi Ștefan			
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOpt	

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/ proiect	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 pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					75
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					30
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)					4
3.5.5. Examinări					4
3.5.6. Alte activități					5
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				158	
3.8. Total ore pe semestru				200	
3.9. Numărul de credite				8	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Cunoștințele însușite prin parcurgerea și aprofundare conținuturilor predate în cadrul altor discipline parcurse în semestrele anterioare la nivel licență și master nu sunt obligatorii, însă facilitează înțelegerea și sporește accesibilitatea temelor propuse, iar în subsidiar, cursanții își vor consolida baza conceptuală operațională prin activarea și valorificarea fondului de cunoștințe dobândite anterior
4.2. de competențe	- Continuitatea valorificării aplicative a cunoștințelor dobândite cor permite o parcurgere graduală a capitolelor, în strânsă relație cu tematica disciplinelor anterior studiate - Competențe transversale privind aplicarea 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; abilitatea de a comunica și de a asimila informația de specialitate - Capacități de analiză și sinteză a informației - Capacități pentru generalizarea datelor și elaborarea modelor abstractizate de cunoaștere

	• Capacități aferente interpretării predictive a teoriilor științifice • Capacități pentru comunicare și gândire abstractă intuitivă
--	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală dotată cu calculator/laptop, videoproiector și software adecvat (Microsoft Office: Word, Excel și PowerPoint, programe de vizualizare a imaginilor și filmelor documentare de specialitate) sau laptop și conexiune la Internet (platformă Microsoft Teams funcțională).
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Sală de curs echipată cu calculator/laptop, conexiune la Internet, videoproiector și software adecvat (Microsoft Office: Word, Excel și PowerPoint) sau laptop și conexiune la Internet (platformă Microsoft Teams funcțională).

6.1. Competențele specifice acumulate¹

Competențe profesionale/esențiale	C2. Studenții vor fi capabili să identifice, inventarieze, analizeze, evalueze și să ierarhizeze valoric resursele turistice și sistemul de interrelații dintre cererea și oferta turistică, în vederea formulării unor direcții fundamentate pentru dezvoltarea turismului în teritoriile pretabile amenajării turistice. C2.3. Studenții vor fi capabili să utilizeze și să selecteze critic baze de date, literatura de specialitate și resursele online pentru identificarea de soluții și/sau informații complementare relevante domeniului. C3. Studenții vor fi capabili să prelucereze, să analizeze și să interpreteze datele obținute în cadrul demersurilor prospective de birou și de teren. C3.3. Studenții vor fi capabili să inventeze, identifice, interpreteze și să evalueze corect valoarea atractivă a resurselor teritoriului investigat, prin aplicarea metodologiilor de investigare și prelucrare a datelor însușite. C4. Studenții vor fi capabili să aplice metode și tehnici specifice, inclusiv TIC, pentru prelucrarea și analiza informațiilor în funcție de obiectivele propuse. C5. Studenții vor fi capabili să coreleze și să sintetizeze informații provenite din surse didactice, științifice și de popularizare din domeniul geografiei și geografiei turismului, în vederea argumentării unor soluții fundamentate. C6. RO: Studenții vor fi capabili să elaboreze lucrări și prezentări și să argumenteze logic soluții propuse sau probleme identificate în fața unui public avizat.
Competențe transversale	CT1. Studenții vor fi capabili să aplice strategii de muncă eficientă și responsabilă, fundamentate pe principiile, normele și valorile codului de etică profesională CT2. Studenții vor fi capabili să aplice tehnici de muncă eficientă în cadrul echipelor multidisciplinare, manifestând comportament etic, respect față de diversitate și multiculturalitate și acceptarea diversității de opinii.. CT3. Studenții vor fi capabili să utilizeze corect și contextualizat noțiunile de specialitate din domeniul prospectării și amenajării turistice. CT4. Studenții vor fi capabili să autoevalueze nevoia de formare profesională continuă, în vederea creșterii inserției profesionale și a adaptabilității la cerințele pieței muncii.

6.2. Rezultatele învățării

¹ Se poate opta pentru competențe sau pentru rezultatele învățării, respectiv pentru ambele. În cazul în care se alege o singură variantă, se va șterge tabelul aferent celeilalte opțiuni, iar opțiunea păstrată va fi numerotată cu 6.

Cunoștințe	Studentul cunoaște: • aspectele teoretice și practice avansate fundamentale care stau la baza componentei geografice în problematica turismului, prospectării turistice și amenajării teritoriului; • caracteristicile geografice detaliate ale unei regiuni, zone sau destinații turistice; • modalitățile de identificare și analiză a datelor și informațiilor specifice, prin utilizarea nuanțată și pertinentă a criteriilor și metodelor de evaluare a valorii atractive a resurselor turistice, precum și de ierarhizare a acestora în vederea stabilirii priorităților în procesele de planificare, amenajare și valorificare turistică, din perspectiva sustenabilității și a practicilor verzi; • utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru componenta operațională, operațiuni, diagnoză teritorială și elaborarea studiilor de fundamentare a politicilor de planificare teritorială și a strategiilor de dezvoltare a teritoriului; • caracteristicile turismului local și regional, prin utilizarea abordărilor specializate și a metodologiilor de lucru eficiente pentru elaborarea și implementarea strategiilor, politicilor și modelelor de amenajare și dezvoltare turistică a spațiilor rurale, urbane și periurbane, litorale, montane și a ariilor naturale protejate; • modalitățile de raportare a faptelor și de creare a conținuturilor de specialitate, prin promovarea valorilor culturale și ale patrimoniului natural în relație cu dezvoltarea turismului; • modalitățile de relaționare și comunicare cu diferite organizații implicate în turism și amenajarea teritoriului și de mediere și facilitare a înțelegerii conceptelor relevante pentru dezvoltarea turistică; • modalitățile de concepere și elaborare a strategiilor de dezvoltare comunitară prin turism, de regenerare și reziliență comunitară și de integrare a turismului în proiecte de dezvoltare locală și regională; • modalitățile de furnizare a expertizei tehnice și a consilierii de specialitate în diverse contexte geografice, cultural-istorice și socio-economice
Aptitudini	Studentul este capabil să: • comunice eficient, să colaboreze, să construiască relații profesionale și să negocieze în contexte organizaționale și interpersonale; • identifice și să dezvolte soluții adecvate pentru rezolvarea problemelor; • conceapă și să elaboreze planuri, programe sau specificații pentru proiectarea produselor și sistemelor turistice; • colecteze, să stocheze, să monitorizeze și să utilizeze informații, precum și să realizeze analize, prelucrări de date, investigații și teste specifice domeniului turismului; • gestioneze resursele umane în cadrul organizațiilor cu specific turistic, incluzând planificarea activităților, coordonarea, motivarea, recrutarea și supervizarea personalului și a echipelor; • elaboreze obiective și strategii, să organizeze activități de lucru și să aloce, utilizeze și controleze resursele disponibile;

Responsabilități și autonomie	Studentul are capacitatea de a lucra independent pentru: • gestiona activități și proiecte profesionale complexe din domeniul turismului și amenajării turistice, prin asumarea responsabilității pentru luarea deciziilor în situații de muncă sau de studiu imprevizibile, fundamentate, inovative și adaptate scopului; • realiza analiza critică a literaturii de specialitate; • utiliza o combinație adecvată de instrumente pentru analiza și vizualizarea datelor și informațiilor din domeniul turismului; • oferi consultanță științifică de specialitate și elabora studii de amenajare și dezvoltare turistică; • gestiona fluxuri de lucru, relaționa eficient în echipă, lua decizii și gestiona situații neprevăzute, respectând termenele și programul de lucru; • dezvolta idei creative și aplica tehnici inovative; • asuma responsabilitatea pentru rezultatele propriei activități profesionale; • solicita feedback și utiliza în mod constructiv feedback-ul primit; • relaționa cu colegii cu respectarea principiilor eticii profesionale;
-------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• cunoașterea principiilor, metodelor și instrumentelor de investigare în teren, necesare pentru reprezentarea fidelă a realității turistice, din perspectiva obiectivelor specifice prospectării, amenajării și integrării fiecărui obiectiv, zonă și regiune turistică în circuitele turistice regionale, naționale și internaționale;
7.2 Obiectivele specifice	• Studenții vor fi capabili să definească, clasifice și explice tipologia, structura și funcționalitatea elementelor-cheie care stau la baza dezvoltării turismului într-un teritoriu de referință. • Studenții vor fi capabili să explice rolul, etapele, fazele și activitățile specifice prospectării turistice, aplicate unui teritoriu, precum și relația acestora cu componentele fondului turistic natural și antropic și cu principalele componente operaționale ale sistemului turistic (cerere, ofertă, consum și produs turistic). • Studenții vor fi capabili să analizeze rolul elementelor-cheie ale sistemului turistic și implicațiile acestora asupra tuturor sferelor turismului, de la oferta turistică și destinații, la furnizori și prestatori de servicii turistice. • Studenții vor fi capabili să identifice, analizeze, interpreteze și reprezinte date și informații cu relevanță teritorială, aplicând valori de referință în turism la diferite scări de analiză, în contextul interacțiunii spațio-temporale complexe a elementelor implicate în activitatea turistică. • Studenții vor fi capabili să aplice metode de analiză a indicatorilor turistici pentru evaluarea valorii turistice a resurselor atractive din teritorii pretabile valorificării prin diferite tipuri și forme de turism. • Studenții vor fi capabili să utilizeze tehnici de evaluare a valorii atractive a ofertei turistice primare și secundare, în funcție de obiectivele de dezvoltare ale unei potențiale destinații și de eficiența aplicativă a acestora. • Studenții vor fi capabili să înțeleagă și să interpreteze fenomenul turistic la diferite scări de analiză, să explice mecanismele de reacție ale componentelor sale la intervențiile antropice și să fundamenteze decizii de amenajare turistică optimă, orientate spre satisfacerea cererii și eficiență economică ridicată. • Studenții vor fi capabili să identifice componentele operaționale ale sistemului turistic și să elaboreze strategii de dezvoltare turistică funcțională, eficientă și responsabilă, fundamentate pe principiile turismului durabil. • Studenții vor fi capabili să sintetizeze cunoștințele teoretice dobândite și să le aplice în contexte reale, prin studii de caz, aplicații practice și dezbateri tematice. • Studenții vor fi capabili să elaboreze un studiu de prospectare turistică pentru o unitate teritorială complexă, utilizând corect algoritmi de analiză, corelare, interpretare și prezentare a informațiilor privind sistemul turistic investigat. • Studenții vor fi capabili să realizeze o cunoaștere obiectivă, detaliată și tipologică a realității turistice, cu accent pe amenajările turistice, evidențiind particularitățile și formulând evaluări fundamentate.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Model conceptual de analiză prospectivă și interpretare a fenomenului turistic, ca fundament pentru demersurile de prospectare, planificare strategică și amenajare durabilă a patrimoniului turistic: obiective, elemente de atracție, destinații, amenajări, organizații și produse turistice – componente, caracteristici, rol, loc și importanță în afirmarea sau limitarea dezvoltării turismului. Inventarierea, analiza, evaluarea valorii atractive, ierarhizarea și stabilirea priorităților pentru viitoarele amenajări turistice – abordare conceptuală și metodologică.	expunerea; explicația; exemplificarea; comparația; problematizarea; conversația euristică; interpretarea fotografiilor și a schemelor.	4 ore
2. Metode și tehnici de evaluare cantitativă și calitativă a valorii atractive a resurselor turistice naturale și antropice, a bazei materiale, a dotărilor auxiliare, a organizațiilor și a produselor turistice. Inventarierea, identificarea caracteristicilor atractive, evaluarea și ierarhizarea componentelor ofertei turistice primare (resurse atractive naturale și antropice cu potențial turistic amenajabil, precum și obiective turistice amenajate și integrate în circuite turistice). Inventarierea, identificarea caracteristicilor atractive, evaluarea și ierarhizarea ofertei turistice derivate (amenajări turistice). Inventarierea, evaluarea și ierarhizarea structurilor organizațiilor turistice. Inventarierea, evaluarea și ierarhizarea produselor turistice.		8 ore
3. Aplicarea și adaptarea a modelului de analiză și a metodelor de evaluare și pentru diferite tipuri forme de turism Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului de agrement hivernal & estival și a celui sportiv Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului balnear Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul ecoturismului, turismului de aventura și turismului cinegetic Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului cultural-istoric Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului religios Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului rural si agroturismului Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului gastronomic Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului negru Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului de afaceri Evaluarea și ierarhizarea resurselor valorificabile prin intermediul turismului de shopping		8 ore
4. Conceperea strategiilor de amenajare și dezvoltare turistică optimă, funcțională și durabilă, aplicate obiectivelor, locațiilor și teritoriilor cu diferite grade de extensiune spațială, rang taxonomic și niveluri de complexitate, pe baza evaluării valorii atractive a ofertei turistice primare și secundare. Studii de caz la nivel județean, al unităților administrativ-teritoriale (UAT), precum și al ariilor, zonelor sau regiunilor cu potențial turistic complex.		8 ore
8.2 Seminar/laborator		

1. Aplicații practice sectoriale ale modelului de analiză–interpretare și ale metodelor de evaluare, aplicate diferitelor tipuri și forme de turism practicate și/sau potențial practicabile în areale cu vocație turistică, indiferent de extensiunea spațială și de rangul taxonomic al acestora (studii de caz).	studiul de caz; analiza comparativă; observația (independentă și dirijată); conversația euristică; învățarea prin descoperire; interpretarea fotografiilor și a schemelor; dezbateri tematice; investigația în comun (munca în echipe); prezentări de proiecte; analize și dezbateri critice ale proiectelor prezentate; studii de caz aplicative; problematizarea.	7 ore
2. Prezentarea și dezbaterile proiectelor de prospectare turistică aplicate unor areale cu vocație turistică, realizate pe baza structurii-cadru și a metodologiei specifice unui demers prospectiv complex, care vizează întreaga gamă de componente ale sistemului turistic analizat.		7 ore

Bibliografie

- Baca I., Stefanescu H. (2014), Turism și agrement sportiv. Editura Napoca Star, Cluj-Napoca.
- Bellini, N. & Pasquinelli, C. (Eds.) (2017). Tourism in the city: Towards an integrative agenda on urban tourism. Springer.
- Berbecaru, I., Botez, M. (1977), Teoria și practica amenajării turistice, Edit. Sport-Turism, București.
- Bode (Tuns) O. R. (2018), Turismul - motor economic la nivel mondial. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- Bulai M. (2019-2020), Amenajarea și planificarea turistică. Suport curs. Universitatea "Al. I. Cuza", Facultatea de Geologie și Geografie, Iași.
- Ciangă N., Dezsi, Șt. (2007), Amenajare turistică, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Ciangă Nicolae, Oprea, Marius George (2018), România. Geografia Turismului, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- Ciangă, N., Dezsi, Șt., Rotar, Gabriela (2002), Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de nord-vest a României, în Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia, vol. XLVI, nr. 2, pp. 81-90.
- Cocean P., Dezsi S., (2001), Prospectare și geoinformare turistică, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- Cocean R., Moiescu, O., Toader, V. (2014), Economie și planificare strategică în turism, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
- Cocean, P. Dezsi, Șt. (2009), Geografia turismului, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Cocean, P., Dezsi Șt. (2005), Prospectare și geoinformare turistică, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Cocean, R. (2010), Evoluarea potențialului turistic. Studiu de caz: Munții Apuseni, Geographia Napocensis, vol. IV, nr. 1.
- Cocean, R. (2014), Metodologie pentru micro-analiza atracțiilor turistice, Geographia Napocensis, anul VIII, nr. 2.
- Cocean, R. (2015), Metodologie de evaluare a amenajărilor turistice, Geographia Napocensis, anul IX, nr. 2.
- Comănescu, Laura, Dobre, R. (2009), Inventorying, Evaluating and Tourism Valuating the Geomorphosites from the Central Sector of the Ceahlău National Park, GeoJournal of Tourism and Geosites Year II, no. 1, vol. 3, 2009, pag. 86-96
- Deneș - Pop Ioana, (2009), Amenajarea și dezvoltarea durabilă a teritoriului, Ed. U.T. Press, Cluj-Napoca.
- Dezsi, Șt. (2006), Patrimoniu și valorificare turistică, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- Erdeli, G., Gheorghilaș, A. (2006), Amenajări turistice, Edit. Universitară, București.
- Ferrario, F.F. (1979), The Evaluation of Tourist Resources: an Applied Methodology, Journal of Travel Research, vol. 17, no. 3, pp. 18-22
- Gheorghilaș, A. (2014), Geografia turismului, Ed. a III-a, revizuită și adăugită, Edit. Universitară, București.
- Goeldner, R.Ch., Ritchie, J.R.B. (2003), Tourism. Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Hancock, R. D., Algozzine, B. (2006), Doing Case Study Research A Practical Guide for Beginning Researchers, Teachers College Press, New York, USA
- Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2013), Turism, teorie și metodologie, Edit. Universitară, București.
- Ilieș, M. (2007), Amenajare turistică, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
- Iordan, I., Niculescu, E. (1971), O metodă de determinare a potențialului turistic, LCNGT, II, București.
- Ispas, Ana (2011), Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universității "Transilvania"
- Jackson, J., Murphy, P. (2002), Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences From The New World, Tourism and Hospitality Research, Vol. 4(1), pg. 36-52.
- 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.
- Katarzyna, Klimek (2013), Destination Management Organisations and their shift to sustainable tourism development, European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 4(2).
- Lew, A. (1987), A Framework of Tourist Attraction Research, Annals of Tourism Research, vol. 14.
- 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
- Muntele, I., Iașu, C. (2003), Geografia turismului: concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală, Edit. Sedcom Libris, Iași.
- Neacșu, N., Cernescu, A. (2002), Economia turismului - Studii de caz, Reglementări, Edit. Uranus, București.
- Ratten Vanessa (2019), Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity (Innovation and Technology

- Horizons), Routledge, - Amazon Kindle Edition
36. Răcășan, Bianca-Sorina (2018), Turismul în spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
 37. Silverman, D., Marvasti, A. (2008), Doing Qualitative Research A Comprehensive Guide. Sage Publications Inc., USA
 38. Stange Jennifer, Brown David (2007), Tourism Destination Management – Achieving Sustainable and Competitive Results, International Institute for Tourism Studies The George Washington University, Washington, DC.
 39. Stange, Jennifer, Brown, D. (2007), Tourism Destination Management – Achieving Sustainable and Competitive Results, International Institute for Tourism Studies The George Washington University, Washington, DC.
 40. Vanhove, N. (2005), The Economics of Tourism Destinations, Elsevier, Oxford.
 41. Veal, A. J. (2018) Research Methods for Leisure and Tourism. Fifth edition. Pearson, Harlow, UK.
 42. Wise, N. & Jimura, T. (Eds.) (2020). Tourism, cultural heritage and urban regeneration: Changing spaces in historical places. Cham, Switzerland: Springer International.
 43. ** (2023), Analiza în profunzime a turismului montan. The World Bank, USA.
 44. ** (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>)
 45. ** Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național al României 2007 – 2026 (<http://turism.gov.ro/web/rapoarte/>)
 46. *** (2018), ABC-ul Patrimoniului, disponibil la: <https://patrimoniu100.ro/abc-ul-patrimoniului/>
 47. *** (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>)

Bibliografie suplimentară / Lecturi recomandate (opționale)

1. Băltărețu, Andreea, Neacșu, N., Neacșu, Monica (2008), Economia turismului - studii de caz, statistici, legislație, Edit. Uranus, București.
2. Cocean, Pompei (2010), Patrimoniul turistic al României, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
3. Coratza, P., Giusti, C. (2005), Methodological proposal for the assessment of the scientific quality of geomorphosites, Il Quaternario, 18 (1), 307-313.
4. Dwyer, L., Gill, A., Seetaram, N. (Eds.) (2012), Handbook of Research Methods in Tourism Quantitative and Qualitative Approaches. Edward Elgar Publishing Limited, UK.
5. Gherțoiu, D.M., Boțan, C.N. (2014), Bazele geografice ale turismului de nișă, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
6. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2009), România, potențial turistic, Ed. a III-a revăzută, Editura Universitară, București.
7. 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
8. Notarstefano, C. (2008), European sustainable tourism: context, concepts and guidelines for action, International Journal of Sustainable Economy, Vol. 1(1), pg. 44-59;
9. Phillimore, J., Goodson, L. (2004), Qualitative Research in Tourism Ontologies, Epistemologies and Methodologies. Taylor & Francis e-Library.
10. Presenza, A. (2005), The performance of a tourist destination. Who manages the destination? Who plays the audit role? Campobasso, University of Molise, Italy.
11. Ratten Vanessa (2019), Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity (Innovation and Technology Horizons), Routledge, - Amazon Kindle Edition
12. Reynard, E., Fontana G., Kozlik, L., Scapozza C., (2007), A method for assessing «scientific» and «additional values» of geomorphosites, Geographica Helvetica Jg. 62, Heft 3, 148-158
13. Scott, N., Baggio, R., Cooper, C. (2008) Network Analysis and Tourism. From Theory to Practice. Channel View Publications, Bristol • Buffalo • Toronto
14. Teddlie, C., Tashakkori, A. (2009), Foundations of Mixed Methods Research. Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences. Sage Publications Inc., USA.
15. 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)
16. Wang, Wei, Yaoyuneyong, Gallayane, 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)
17. 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)

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

- Conținutul disciplinei este aliniat programelor de studiu și structurilor curriculare similare din cadrul altor centre universitare din țară și din străinătate.
- Analiza opiniilor exprimate de angajatori privind atributele preferențiale ale formării specialiștilor evidențiază un nivel ridicat de apreciere a profesionalismului acestora, fapt ce confirmă că structura și conținutul curriculei educaționale aferente acestui program de studii sunt adecvate, coerente, cuprinzătoare și eficiente.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• Evaluarea performanțelor studenților vizează nivelul de sistematizare, înțelegere și utilizare corectă a noțiunilor de specialitate dobândite (înțelegere, aplicare, analiză), coerența logică a demersului cognitiv și forța argumentativă în susținerea punctelor de vedere (analiză, evaluare), gradul de asimilare și utilizare adecvată a terminologiei de specialitate (aplicare), precum și dimensiunea atitudinală reflectată prin interesul manifestat pentru studiul individual, învățarea autonomă și dezvoltarea profesională continuă (afectiv, metacogniție).	Evaluarea secvențială (orală) pe parcursul semestrului se realizează prin expunere liberă, conversație de evaluare și chestionare orală, având ca scop aprecierea progresului individual al studenților, a nivelului de înțelegere conceptuală, a capacității de argumentare și a utilizării adecvate a terminologiei de specialitate.	10%
		Evaluarea scrisă finală, desfășurată în sesiunea de examene, constă într-o testare sumativă, având ca obiectiv aprecierea nivelului de însușire integrată a cunoștințelor teoretice și aplicative, a capacității de analiză și sinteză, precum și a utilizării corecte a terminologiei de specialitate.	40%
		Participarea activă la activitățile de curs, manifestată prin implicare constantă în discuții, formularea de întrebări relevante și contribuții argumentate, constituie un criteriu de evaluare continuă a progresului academic.	10%
10.5 Seminar/laborator	• Evaluarea performanțelor studenților urmărește capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor dobândite (aplicare), abilitatea de a opera eficient cu conceptele, metodele și instrumentele asimilate în contexte specifice domeniului (aplicare, analiză), precum și criterii ce vizează dimensiunea atitudinală, reflectată	Prezentarea unei teme de seminar, precum și elaborarea și realizarea unui miniproiect de cercetare, constituie forme de evaluare continuă, vizând dezvoltarea competențelor de documentare, analiză	30%

	prin conștiințiozitate, responsabilitate academică și interes constant pentru studiul individual și aprofundarea autonomă a cunoașterii (domeniul afectiv, metacogniție).	critică, sinteză și comunicare academică.	
		Participarea activă la activitățile de seminar, evidențiată prin implicare în discuții, rezolvarea sarcinilor aplicative și contribuții argumentate, constituie un criteriu de evaluare continuă a progresului academic.	10%

10.6 Standard minim de performanță

O parte dintre activitățile didactice de curs, respectiv de seminar/laborator, pot fi desfășurate exclusiv în format online sincron, în conformitate cu reglementările naționale în vigoare și cu regulamentele universității/facultății, precum și în funcție de decizia titularului de disciplină; aceste aspecte sunt comunicate studenților în primele două săptămâni de la începerea semestrului. Pentru promovarea disciplinei este obligatorie participarea față în față la minimum 25% dintre activitățile de seminar/laborator desfășurate în spațiul campusului universitar, precum și participarea la minimum 50% dintre activitățile de seminar/laborator, cumulată, indiferent de forma de organizare.

Promovarea disciplinei presupune obținerea unei note finale de minimum 5 (cinci), notarea realizându-se pe o scală de la 1 (unu) la 10 (zece). Evaluarea se realizează prin probe scrise și activități aplicative, studenții având obligația de a aborda integral fiecare problemă (întrebare teoretică și/sau aplicație practică) inclusă în testul de evaluare, cu durată de o oră. Proiectul individual sau de grup este susținut oral într-un interval de 15–20 de minute/proiect, urmat de analiză, dezbateri și evaluarea critică a proiectelor, alocate într-un interval de aproximativ 10 minute/proiect.

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)²



Data completării:
10.09.2025

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Ștefan Dezsi

Semnătura titularului de seminar
Prof. univ. dr. Ștefan Dezsi

Data avizării în departament:

Semnătura directorului Școlii Doctorale de Geografie
Prof. univ. dr. Iulian-Horia Holobâcă

² Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".