

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2. Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3. Departamentul	COMERȚ, INTEGRARE ECONOMICĂ ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4. Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	TRANSPORTURI TURISTICE						
2.2. Titularul activităților							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					21
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Alte activități					-
Consultații					2
Examinări					2
3.7. Total ore studiu individual					93
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul explică relația dintre transporturile turistice și industria turismului, descriind evoluția transporturilor internaționale și impactul fenomenelor negative mondiale asupra mobilității turistice. Studentul/absolventul cunoaște caracteristicile principale ale transporturilor turistice rutiere, feroviare, navale și aeriene și rolul acestora în organizarea pachetelor turistice. Studentul/absolventul înțelege configurarea spațiului geografic aerian și terestru, sistemele de codificare utilizate în industria aeriană, terminologia internațională și principiile de bază ale construcției tarifare și conversiei valutare.
Aptitudini	Studentul/absolventul analizează și compară modurile de transport turistic din perspectiva accesibilității, costurilor, confortului, siguranței și impactului asupra mediului. Studentul/absolventul utilizează corect codurile, terminologia și regulile tarifare (inclusiv pentru tarife restricționate) în exerciții de itinerarii, rezervări și interpretare a condițiilor de călătorie. Studentul/absolventul aplică principiile de construcție tarifară și procedurile de conversie valutară în calcule concrete de tarifare și identifică documentele electronice utilizate în rezervare, ticketing și îmbarcare.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul evaluează responsabil riscurile și limitările asociate diferitelor moduri de transport turistic, având în vedere siguranța pasagerilor și calitatea experienței turistice. Studentul/absolventul își asumă responsabilitatea respectării normelor și reglementărilor internaționale privind tarifarea, ticketing-ul și utilizarea documentelor electronice în transporturile turistice. Studentul/absolventul demonstrează autonomie în selectarea și argumentarea variantelor optime de transport pentru itinerarii turistice, integrând criterii economice, operaționale și orientate spre client

7. Conținuturi

7.1. Activități de autoinstruire	Metode de predare	Observații
1. Relația dintre transporturile turistice și industria turismului - Pag. 9		2h
2. Evoluția transporturilor turistice internaționale - Pag. 12		2h
3. Impactul fenomenelor negative mondiale asupra dezvoltării transporturilor turistice - Pag. 25		2h
4. Transporturile turistice rutiere și feroviare - Pag. 32		2h
5. Transporturile turistice navale - Pag. 41		2h
6. Transporturile destinate exclusiv activităților turistice - Pag. 44		2h
7. Transporturile turistice aeriene - Pag. 46		2h
8. Configurarea spațiului geografic aerian și terestru în transporturile aeriene - Pag. 56		2h
9. Analiza și compararea sistemelor de codificare în industria transporturilor aeriene - Pag. 59		2h
10. Terminologia specifică la nivel internațional - Pag. 74		2h
11. Determinarea și interpretarea regulilor tarifelor aeriene restricționate - Pag. 79		2h
12. Construcția tarifară - Pag. 82		2h
13. Reguli și proceduri de conversie valutară - Pag. 87		2h
14. Documentele electronice - Pag. 89		2h
Bibliografie: 1. ACI World & ICAO (2025), Passenger Traffic Report: Trends and Outlook. Montréal: Airport Council International; 2. Aviation Benefits Beyond Borders (ATAG, 2024), Aviation Benefits Report 2024, Geneva;		

3. Dileep, M.R. (2023), Transportation Systems and Tourism. Springer Nature;
4. ERRIN (2024), Policies and Governance Shaping the Future of Transport and Mobility Systems, Brussels;
5. European Commission (2022), White Paper on Transport – Roadmap to a Single European Transport Area;
6. European Parliament (2025), Tourism in Transport Policy: State of Play and Future Perspectives. EPRS Briefing, PE 772.845;
7. Francisco, L. (2025), Aerotainment: Merging Aviation and Tourism Experiences. Tourism Management Perspectives;
8. Franciscone, B. G., Zou, X., & Fernandes, E. (2024), The Global South Air Transport Belt: A Catalyst for Sustainable Tourism and Economic Growth. Journal of Air Transport Management;
9. Gheorghe C. (2015), Transporturi turistice aeriene și ticketing, Ed. Pro Universitaria, București;
10. IATA (2024), Annual Review: Global Air Transport and Market Trends. Geneva: IATA Publications;
11. IATA (2024), Global Outlook for Air Transport – A Local Sweet Spot. Geneva: IATA Publications;
12. IATA (2025). Global Outlook for Air Transport: Protectionism on the Rise. Geneva: IATA Publishing;
13. ICAO (2024). Wings of Prosperity – The Global Economic Impact of Aviation. Montréal: ICAO Publications;
14. OECD (2024). Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing;
15. Scott, H. & Verghese, S. (2024), Sustainability in the Air – From Innovation to Implementation. London: SimpliFlying Press;
16. UN Tourism (UNWTO) (2024), World Tourism Barometer – Global Recovery Reaches Pre-Pandemic Levels. Madrid: UN Tourism;
17. World Bank (2024), Air Connectivity and Tourism Growth in Emerging Economies. Washington, D.C.;
18. World Economic Forum (2024), Travel & Tourism Development Index 2024. Geneva: WEF;
19. World Tourism Organization (UNWTO) (2019), Global Report on Aviation and Tourism. Madrid: UNWTO Publications.

7.2. Seminar ST și SF	Metode de predare	Observații
1.Configurarea spațiului geografic aerian și terestru conform criteriilor IATA - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
2.Sistemele de codificare în industria transporturilor aeriene - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
3.Indicatorul global - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
4.Ora locală și zonele orare pe glob - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
5.Terminologia specifică și tipurile de călătorii aeriene - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
6.Determinarea regulilor tarifelor aeriene restricționate - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
7.Tipuri de tarife nerestricționate (Fare Rules) - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h

8.Restrictiile de ticketing și de efectuare a călătoriei, numărul limitat de locuri, regulile de tarificare (Fare Rules) - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
9.Utilizarea orarelor internaționale City - to – City - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
10.Regulile de conversie valutară (Currency Rules) - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
11.Local Currency Fares LCF - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
12.Procedura de conversie a NUC, procedurile de rotunjire a NUC și a LCF - ST	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
13.Calculul tarifelor pentru rutele point to point - SF	Exerciții, studii de caz, lucru în echipă	2h
14.TEST FINAL - SF		2h

Bibliografie:

20. ACI World & ICAO (2025), Passenger Traffic Report: Trends and Outlook. Montréal: Airport Council International;
21. Aviation Benefits Beyond Borders (ATAG, 2024), Aviation Benefits Report 2024, Geneva;
22. Dileep, M.R. (2023), Transportation Systems and Tourism. Springer Nature;
23. ERRIN (2024), Policies and Governance Shaping the Future of Transport and Mobility Systems, Brussels;
24. European Commission (2022), White Paper on Transport – Roadmap to a Single European Transport Area;
25. European Parliament (2025), Tourism in Transport Policy: State of Play and Future Perspectives. EPRS Briefing, PE 772.845;
26. Francisco, L. (2025), Aerotainment: Merging Aviation and Tourism Experiences. Tourism Management Perspectives;
27. Franciscone, B. G., Zou, X., & Fernandes, E. (2024), The Global South Air Transport Belt: A Catalyst for Sustainable Tourism and Economic Growth. Journal of Air Transport Management;
28. Gheorghe C. (2015), Transporturi turistice aeriene și ticketing, Ed. Pro Universitaria, București;
29. IATA (2024), Annual Review: Global Air Transport and Market Trends. Geneva: IATA Publications;
30. IATA (2024), Global Outlook for Air Transport – A Local Sweet Spot. Geneva: IATA Publications;
31. IATA (2025). Global Outlook for Air Transport: Protectionism on the Rise. Geneva: IATA Publishing;
32. ICAO (2024). Wings of Prosperity – The Global Economic Impact of Aviation. Montréal: ICAO Publications;
33. OECD (2024). Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing;
34. Scott, H. & Verghese, S. (2024), Sustainability in the Air – From Innovation to Implementation. London: SimpliFlying Press;
35. UN Tourism (UNWTO) (2024), World Tourism Barometer – Global Recovery Reaches Pre-Pandemic Levels. Madrid: UN Tourism;
36. World Bank (2024), Air Connectivity and Tourism Growth in Emerging Economies. Washington, D.C.;
37. World Economic Forum (2024), Travel & Tourism Development Index 2024. Geneva: WEF;
38. World Tourism Organization (UNWTO) (2019), Global Report on Aviation and Tourism. Madrid: UNWTO Publications.

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

Conținuturile disciplinei sunt actualizate și dezvoltate continuu prin consultarea și integrarea recomandărilor formulate de către reprezentanți ai mediului academic, ai asociațiilor profesionale și ai principalilor angajatori din domeniu, asigurând astfel relevanța și racordarea la exigențele pieței muncii și ale comunității de specialiști.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/*):				80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar / evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)		
Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/*):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță

Realizarea unui proiect individual care să ateste însușirea cunoștințelor și capacitatea de a utiliza abilitățile dobândite în cadrul disciplinei.

Nota minimă de promovare este 5 (cinci).

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNĂ - AMERICANĂ
1.2. Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3. Departamentul	MANAGEMENT - MARKETING
1.4. Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5. Ciclu de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				RESURSE ȘI DESTINAȚII TURISTICE			
2.2. Titularul activităților							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studii	3	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare		2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS

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
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Alte activități					-
Consultații					2
Examinări					2
3.7. Total ore studiu individual					82
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Videoproiector și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul cunoaște conceptele și principiile de bază privind structura, clasificarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice ale României și ale altor destinații internaționale. Studentul/absolventul înțelege rolul stațiunii turistice ca element central al dezvoltării activităților de turism, analizând relația dintre resurse, infrastructură și servicii specifice fiecărui tip de turism (montan, litoral, balnear, cultural). Studentul/absolventul cunoaște strategiile moderne de dezvoltare și promovare turistică, inclusiv influența digitalizării și a noilor tehnologii asupra competitivității destinațiilor.
Aptitudini	Studentul/absolventul identifică și evaluează resursele turistice utilizând criterii economic-geografice, culturale și ecologice, fundamentând decizii pentru amenajarea și utilizarea durabilă a acestora. Studentul/absolventul analizează diferite forme de turism (cultural, balnear, montan, litoral) și stabilește modalități adecvate de diversificare a ofertei turistice în funcție de specificul regiunii și cererea pieței. Studentul/absolventul aplică metode de promovare și management al imaginii destinațiilor, integrând instrumente digitale și de marketing online pentru creșterea vizibilității produselor turistice.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul manifestă responsabilitate în analiza și valorificarea resurselor turistice, aplicând principii etice și de sustenabilitate în dezvoltarea destinațiilor. Studentul/absolventul demonstrează autonomie în realizarea studiilor de caz și proiectelor de dezvoltare turistică, coordonând activități de evaluare și promovare a potențialului regional. Studentul/absolventul se implică activ în procesele decizionale privind planificarea și promovarea turistică, asumând roluri de coordonare și inițiativă în echipe multidisciplinare.
--------------------------------------	---

7. Conținuturi

7.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Stațiunea turistică – nucleul derulării și dezvoltării activității de turism-1		2h
2. Stațiunea turistică – nucleul derulării și dezvoltării activității de turism-2		2h
3. Considerații generale privind strategiadezvoltării turismului-		2h
4. Considerații generale privind strategiadezvoltării turismului-2		2h
5. Turismul cultural din România si la nivel mondial-1		2h
6. Turismul cultural din România si la nivel mondial-2		2h
7. Turismul balnear din România si la nivel mondial-1		2h
8. Turismul montan din România si la nivel mondial-1		2h
9. Turismul montan din România si la nivel mondial-2		2h
10. Turismul de litoral din România si la nivel mondial-1		2h
11. Turismul de litoral din România si la nivel mondial-2		2h
12. Particularități ale promovării in turism-1		2h
13. Particularități ale promovării in turism-2 -impactul digitalizarii		2h
14. Recapitulare		2h
Bibliografie: 1. Busuioc M. F., Strategii de dezvoltare si promovare a turismului cultural in Romania, Ed. Universitara, Bucuresti, 2008 2. Teleki N., Munteanu L., Bibicioiu S. România balneară, Organizația Patronală a Turismului Balnear din România, București, 2004. 3. Țigu Gabriela, Turismul montan, Ed. Uranus, București, 2001 4. Țigu Gabriela (coord.), Resurse si destinatii turistice pe plan mondial, Editura Uranus, Bucuresti, 2005 5. Neacșu N.(coord), Resurse și destinații turistice-interne și internaționale, Editura Univesitară, București 2009 6. Băltărețu Andreea, Amenajarea Turistică a teritoriului, Editura Univesitară, București 2013 7. Gaffar, Vanessa; Rasoolimanesh, S. Mostafa (eds.). <i>Marketing Tourist Destinations in Emerging Economies: Towards Competitive and Sustainable Emerging Tourist Destinations</i>. Palgrave Macmillan, 2022. 8. Morrison, Alastair M. <i>Marketing and Managing Tourism Destinations</i> (3rd ed.). Routledge, 2023 9. Edward Manning & Luis E. Márquez (eds.). <i>Sustainable Tourism in the Americas</i>. CABI, 2023. 10. Kaitano Dube, Godwell Nhamo, M. P. Swart (eds.). <i>COVID-19, Tourist Destinations and Prospects for Recovery: Volume One: A Global Perspective</i>. Springer Cham, 2023. 11. Iacob Cătoi, Despre Marketing—Antologie-Editura ASE Buc 2019 12. Vicky Katsoni, George Cassar (eds.). <i>Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences: 10th International Conference, IACuDiT, Crete, Greece, 2023 – Vol. 2</i>. Springer, 2024		
7.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Particularitățile turismului cultural, balnear, montan și de litoral-1 - SF	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Particularitățile turismului cultural, balnear, montan și de litoral-2 - ST	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare	2h

	argumentativă.	
Particularitățile turismului cultural, balnear, montan și de litoral-3 - ST	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Analiza activității turistice dintr-o stațiune-1 - SF	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Analiza activității turistice dintr-o stațiune-2 - SF	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Analiza activității turistice dintr-o stațiune-2 - ST	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Test - SF	Expunere reflexivă, panel de discuție, auto-evaluare argumentativă.	2h
Bibliografie: 1. Busuioc M. F., Strategii de dezvoltare si promovare a turismului cultural in Romania, Ed. Universitara, Bucuresti, 2008 2. Teleki N., Munteanu L., Bibicioiu S. România balneară, Organizația Patronală a Turismului Balnear din România, București, 2004. 3. Țigu Gabriela, Turismul montan, Ed. Uranus, București, 2001 4. Țigu Gabriela (coord.), Resurse si destinatii turistice pe plan mondial, Editura Uranus, Bucuresti, 2005 5. Neacșu N.(coord), Resurse și destinații turistice-interne și internaționale, Editura Univesitară, București 2009 6. Băltăreșu Andreea, Amenajarea Turistică a teritoriului, Editura Univesitară, București 2013 7. Gaffar, Vanessa; Rasoolimanesh, S. Mostafa (eds.). <i>Marketing Tourist Destinations in Emerging Economies: Towards Competitive and Sustainable Emerging Tourist Destinations</i>. Palgrave Macmillan, 2022. 8. Morrison, Alastair M. <i>Marketing and Managing Tourism Destinations</i> (3rd ed.). Routledge, 2023 9. Edward Manning & Luis E. Márquez (eds.). <i>Sustainable Tourism in the Americas</i>. CABI, 2023. 10. Kaitano Dube, Godwell Nhamo, M. P. Swart (eds.). <i>COVID-19, Tourist Destinations and Prospects for Recovery: Volume One: A Global Perspective</i>. Springer Cham, 2023. 11. Iacob Cătoi, Despre Marketing—Antologie-Editura ASE Buc 2019 12. Vicky Katsoni, George Cassar (eds.). <i>Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences: 10th International Conference, IACuDiT, Crete, Greece, 2023 – Vol. 2</i>. Springer, 2024		

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

Conținuturile sunt coroborate cu cerințele mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/*):			80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Test semestrial de evaluare 50%	50%
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar 10%	30%

		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc. 10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs 10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești – Bonus 10%	
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):			20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)			20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)			

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță

- Realizarea unor modele economice în baza conceptelor, principiilor și metodelor fundamentale teoriei economice.
- Nota minimă de promovare este 5 (cinci).

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	AFACERI INTERNAȚIONALE
1.3.	Departamentul	COMERȚ, INTEGRARE ECONOMICĂ ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4.	Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5.	Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6.	Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				ANIMAȚIE ȘI AGREMENT							
2.2. Titularul activităților											
2.3. Titularul activităților de seminar											
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		I	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		DOB/DS

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 AI	2	3.3.	seminar SF și ST	1
3.4.	Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. AI	28	3.6.	seminar SF și ST	14
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							32
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							30
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							82
3.8. Total ore pe semestru							100
3.9. Numărul de credite							4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile specifice coordonării și gestiunii activităților de servicii, turism, hotelărie și restaurație și a noțiunilor conexe de geografie.
------------	---

Aptitudini	Studentul/Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate coordonării și gestiunii activităților de servicii, turism, hotelărie și restaurație
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a propune modalitățile de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului operatorilor economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.

7. Conținuturi

7.1. Curs	Metode de predare	Observații
1.Importanța agrementului în industria turismului: istorie, concepte și perspective de dezvoltare-1 Pg 8		2h
2.Importanța agrementului în industria turismului: istorie, concepte și perspective de dezvoltare -2 Pg 12		2h
3. Aspectele socio-economice ale industriei de agrement -1 Pg 19		2h
4.Aspectele socio-economice ale industriei de agrement -2 Pg 23		2h
5. Componentele de bază ale industriei de agrement - Industria jocurilor de noroc Pg 26		2h
6. Componentele de bază ale industriei de agrement - Parcuri de distracție și tematice Pg 36		2h
7. Componentele de bază ale industriei de agrement - Croaziere Pg 46		2h
8. Componentele de bază ale industriei de agrement - Evenimente Pg 55		2h
9.Componentele de bază ale industriei de agrement - Turism sportiv Pg 64		2h
10.Componentele de bază ale industriei de agrement - Shopping, plaje, porturi de agrement etc. Pg 69		2h
11. Tendințe în dezvoltarea agrementului Pg 71		2h
12. Animația turistică: particularități și tendințe -1 Pg 75		2h
13. Animația turistică: particularități și tendințe -2 Pg 79		2h
14.TEST FINAL		2h
Bibliografie: 1. Blackshaw T., <i>Routledge Handbook of Leisure Studies</i> , Taylor & Francis, 2020; 2. Bramham P., Wagg S., <i>An Introduction to Leisure Studies: Principles and Practice</i> , SAGE, 2014; 3. Carlà-Uhink Filippo, Freitag Florian, Clavé Salvador Anton, <i>Key Concepts in Theme Park Studies, Understanding Tourism and Leisure Spaces</i> , Springer International Publishing, 2023; 4. Cristea Anca Adriana, <i>Industria agrementului în turism</i> , Editura ProUniversitaria, 2018; 5. Dridea Catrinel Raluca, <i>Agrementul și animația în turism, studii de caz</i> , Editura ProUniversitaria, București, 2016; 6. Holt Jason, <i>An Introduction to the Philosophy of Leisure</i> , Broadview Press, 2025;		

7. Luo Jian Ming, Lam Chi Fung, <i>Entertainment Tourism</i> , Taylor & Francis, 2017; 8. Parr Mary, Wells Mary Sara, Tapps Tyler, <i>Dimensions of Leisure for Life</i> , Human Kinetics, 2021; 9. Patrichi Ioana, <i>Agrementul și animația în industria turismului</i> , Ediția a doua, Editura ProUniversitaria, București, 2015; 10. Tribe John, <i>The Economics of Recreation, Leisure and Tourism</i> , Taylor & Francis, 2020; 11. Wells Mary Sara, Tapps Tyler, <i>Introduction to Recreation and Leisure</i> , Human Kinetics, 2025;		
7.2. Seminar SF și ST (ST-seminar față în față, ST – seminar în sistem tutorat)	Metode de predare	Observații
1.Analiza conceptelor de animație și agrement și implicațiile practice ale acestora - SF		2h
2.Particularități și tendințe ale principalelor componente ale industriei de agrement - jocuri de noroc și cazinouri - SF		2h
3.Particularități și tendințe ale principalelor componente ale industriei de agrement - parcuri tematice - ST		2h
4.Particularități și tendințe ale principalelor componente ale industriei de agrement – croaziere - ST		2h
5.Particularități și tendințe ale principalelor componente ale industriei de agrement – shopping, evenimente, sporturi etc.- ST		2h
6.Animația în industria ospitalității - considerente practice. Agrementul turistic la nivel local, regional și internațional – perspective de dezvoltare, studii de caz și jocuri online - SF		2h
7.TEST - SF		2h
Bibliografie 1. Blackshaw T., <i>Routledge Handbook of Leisure Studies</i> , Taylor & Francis, 2020; 2. Bramham P., Wagg S., <i>An Introduction to Leisure Studies: Principles and Practice</i> , SAGE, 2014; 3. Carlà-Uhink Filippo, Freitag Florian, Clavé Salvador Anton, <i>Key Concepts in Theme Park Studies, Understanding Tourism and Leisure Spaces</i> , Springer International Publishing, 2023; 4. Cristea Anca Adriana, <i>Industria agrementului în turism</i> , Editura ProUniversitaria, 2018; 5. Dridea Catrinel Raluca, <i>Agrementul și animația în turism, studii de caz</i> , Editura ProUniversitaria, București, 2016; 6. Holt Jason, <i>An Introduction to the Philosophy of Leisure</i> , Broadview Press, 2025; 7. Luo Jian Ming, Lam Chi Fung, <i>Entertainment Tourism</i> , Taylor & Francis, 2017; 8. Parr Mary, Wells Mary Sara, Tapps Tyler, <i>Dimensions of Leisure for Life</i> , Human Kinetics, 2021; 9. Patrichi Ioana, <i>Agrementul și animația în industria turismului</i> , Ediția a doua, Editura ProUniversitaria, București, 2015; 10. Tribe John, <i>The Economics of Recreation, Leisure and Tourism</i> , Taylor & Francis, 2020; 11. Wells Mary Sara, Tapps Tyler, <i>Introduction to Recreation and Leisure</i> , Human Kinetics, 2025;		

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

Disciplina este elaborată pe baza unor surse bibliografice din domeniu recunoscute la nivel național și internațional.
--

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
----------------	---------------------------	-------------------------	-------------------------------

A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):				80%
9.4. AI	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
Realizarea unui proiect individual care să ateste însusirea cunoștințelor și capacitatea de a utiliza abilitățile dobândite în cadrul disciplinei. Nota minimă de promovare este 5 (cinci).

Data completării Semnătura titularului de activități Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNĂ - AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				CATERING ȘI GESTIUNEA RESTAURANTELOR							
2.2. Titularul activităților											
2.3. Titularul activităților de seminar											
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		I	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		DOB/DS

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3.	seminar/laborator	2 LP
3.4.	Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6.	seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							13
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							50
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							93
3.8. Total ore pe semestru							125
3.9. Numărul de credite							5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul cunoaște principiile fundamentale ale tehnologiei culinare moderne, incluzând operațiile și tratamentele termice și frigorifice utilizate în procesarea materiilor prime alimentare. Studentul/absolventul înțelege conceptele și standardele de calitate și siguranță alimentară (HACCP), precum și rolul acestora în asigurarea sănătății consumatorului și a conformității produselor culinare. Studentul/absolventul recunoaște tendințele și inovațiile din domeniul artei culinare și al managementului restaurantelor, înțelegând impactul tehnologiei, al designului de spațiu și al culturii gastronomice asupra experienței clientului.
------------	--

Aptitudini	Studentul/absolventul aplică tehnici și proceduri culinare tradiționale și inovatoare pentru realizarea preparatelor în condiții optime de calitate, igienă și siguranță alimentară. Studentul/absolventul utilizează echipamente moderne și sisteme digitale pentru gătit, plating și servire, contribuind la re tehnologizarea și la eficientizarea activității restaurantelor moderne. Studentul/absolventul concepe soluții creative de prezentare și promovare a preparatelor culinare, prin integrarea artei plating-ului, a storytelling-ului gastronomic și a principiilor durabilității în managementul bucătăriei.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul manifestă responsabilitate profesională în respectarea normelor de igienă alimentară și a procedurilor HACCP, contribuind la menținerea sănătății publice și a încrederii consumatorilor. Studentul/absolventul demonstrează inițiativă și spirit inovator în dezvoltarea meniurilor și a conceptelor de restaurant, valorificând tradițiile culinare locale și tehnologiile moderne de preparare. Studentul/absolventul își asumă autonomia în coordonarea activității gastronomice, gestionând echipe, resurse și fluxuri tehnologice, cu respectarea cerințelor de sustenabilitate și reducere a risipei alimentare.

7. Conținuturi

7.1. AI	Metode de predare	Observații
Particularitățile activității tehnologice în producția culinară		2h
Operațiile specifice tehnologiei culinare. Tratamente frigorifice și termice utilizate în tehnologia culinară		2h
Calitatea și controlul calității produselor culinare. Conceptul HACCP și aplicabilitatea lui în producția culinară		2h
Siguranța alimentară		2h
Istoria restaurantelor și influențele gastronomice întâlnite în bucătăria românească		2h
Competitivitatea și inovația în cateringul colectiv și comercial		2h
Cateringul de eveniment și transformarea alimentației publice în artă culinară.		2h
Sistemele de servire practicate în alimentația publică la nivel internațional		2h
Re tehnologizarea restaurantelor moderne cu noi echipamente de servire.		2h
Plating-ul - element inovator în activitatea restaurantelor		2h
Tendențe și inovații în cateringul cu livrare la domiciliu		2h
Trenduri în cateringul din mijloacele de transport și locațiile de călătorie		2h

Perspectiva dezvoltării durabile a activității de alimentație publică. Inovațiile în amenajarea spațiilor într-un restaurant		2h
TEST FINAL		2h
Bibliografie 1. Emilia Pascu, Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului de alimente, Ediția a II-a, Editura Universitară, 2022 2. Mira Elena Ionica, Noi abordari privind ambalarea si etichetarea produselor alimentare, Editura Universitaria, 2018 3. Food and Beverage Management 6th Edition, Bernard Davis, Andrew Lockwood, Peter Alcott, Ioannis S. Pantelidis, Ed.Routledge, 2018 (Biblioteca URA) 4. Bernard Davis, Andrew Lockwood, Peter Alcott, Ioannis S. Pantelidis, Food and Beverage Management 6th Edition, Ed.Routledge, 2018 5. Sylvain Bousard, Food and Beverage Management in the Luxury Hotel Industry, Editura Business Expert PR, 2021 6. John Cousins, Suzanne Weekes, Food and Beverage Service, 10th Edition, Editura Hachette Learning, 2020 7. Sally Everett, Food and Drink Tourism, Editura SAGE Publications Ltd, 2016 8. Ordinul ANT-ului 65/2013 HG 1267/2010 și HG 12/2013 9. Dobrotă Gina, Artă culinară și inovație în restaurante, suport curs digital, Platformă digitală URA, 2025 10. https://www.horeca.ro/ 11. http://www.statista.com/topics/1752/bars-and-nightclubs/ 12. www.insse.ro		
7.2. Seminar SF și ST	Metode de predare	Observații
Ocupațiile industriei de alimentație publică din România	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Mise en place-ul. Rolul mise-en-place-ului și tipuri de mise-en-place.	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Previzionarea consumului de materii prime, condiții de aprovizionare, furnizori. Calculația prețurilor într-un restaurant, în funcție de concurența, în funcție de costuri, în funcție de total cheltuieli, în funcție de profitul dorit.	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Performanțele economice și dezvoltarea globală a lanțurilor de restaurante	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Aplicabilitatea HACCP-ului în alimentația publică	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Bucătăria tradițională reinterpretată: Gusturi familiare, perspective noi. Meniurile din restaurante, tipologie și rolul acestuia. Rolul aditivilor alimentari și al substanțelor nutritive la întocmirea meniurilor. Metode de prezentare a meniurilor	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h

Profilul activității de catering colectiv– studii de caz	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Integrarea activității de catering în activitatea turistică	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Inflight catering - scurt istoric și evoluție.	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Activitatea de catering de eveniment	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Activitatea de catering si din locațiile de călătorie	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Studii de piață și tehnici de intrare pe piață a unui nou restaurant: (specific, dozare spații, program de funcționare, număr angajați, reguli de funcționare și siguranță alimentară).	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Tendinte in activitatea restaurantelor din perspectiva intreprinderilor de profil si din perspectiva obiceiurilor de consum. Studii concrete de caz pe continente: european, asiatic, sud american, nord american, african, australian, scandinav etc. Impactul spațiului de servire asupra clienților și relevanța sa în fidelizarea acestora	Conversația (euristică și de fixare), Expunerea, explicația, problematizarea	2h
Test		2h
Bibliografie 1. Emilia Pascu, Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului de alimente, Ediția a II-a, Editura Universitară, 2022 2. Mira Elena Ionica, Noi abordari privind ambalarea si etichetarea produselor alimentare, Editura Universitaria, 2018 3. Food and Beverage Management 6th Edition, Bernard Davis, Andrew Lockwood, Peter Alcott, Ioannis S. Pantelidis, Ed.Routledge, 2018 (Biblioteca URA) 4. Bernard Davis, Andrew Lockwood, Peter Alcott, Ioannis S. Pantelidis, Food and Beverage Management 6th Edition, Ed.Routledge, 2018 5. Sylvain Bousard, Food and Beverage Management in the Luxury Hotel Industry, Editura Business Expert PR, 2021 6. John Cousins, Suzanne Weekes, Food and Beverage Service, 10th Edition, Editura Hachette Learning, 2020 7. Sally Everett, Food and Drink Tourism, Editura SAGE Publications Ltd, 2016 8. Ordinul ANT-ului 65/2013 HG 1267/2010 și HG 12/2013 9. Dobrotă Gina, Artă culinară și inovație în restaurante, suport curs digital, Platformă digitală URA, 2025 10. https://www.horeca.ro/ 11. http://www.statista.com/topics/1752/bars-and-nightclubs/ 12. www.insse.ro 13. https://www.clubantreprenor.ro/2024/11/06/inovatie-si-excelenta-in-gastronomie-la-bilancia-gastronomy-show-pestre-100-de-experti-din-industria-horeca-au-participat-la-eveniment/		

14. <https://www.metro.ro/blog/digitalizarea-in-industria-restaurantelor/viitorul-tehnologiei-pentru-restaurante>
15. <https://thepines.ro/ro/bucatarie-traditionala-reinterpretata-spice-restaurant/>
16. https://adevarul.ro/stiri-interne/societate/traditie-inovatie-si-fine-dining-bucataria-2182196.html#google_vignette
17. https://direca.ro/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=PMax%20-%20Low-Price&utm_id=22690621675&gad_source=1&gad_campaignid=22690625911&gbraid=0AAAAAD4-9rBsjOeB5JTFVHys5zP-M3nf&gclid=CjwKCAjwz5nGBhBBEiwA-W6XRFuqoQpCM8fhixJlpBI3UqWjBT9diibf6T-fyTIm7yQGHB-J2dy4ohoCvrlQAvD_BwE

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

Conținutul disciplinei este elaborat prin consultare cu membrii departamentului și cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):			80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Participare activă la curs 50%	50%
9.5. Seminar SF și ST	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar 10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc. 10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar 10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)	
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):			20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)			20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)			

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
Elaborarea unui proiect de fundamentare a necesarului de resurse în cadrul organizării unei activități specifice alimentației publice și organizarea unui eveniment culinar

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

14.09.2025

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3.	Departamentul	LIMBI STRĂINE
1.4.	Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5.	Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6.	Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				LIMBA STRĂINĂ I SPANIOLĂ				
2.2. Titularul activităților								
2.3. Titularul activităților de seminar								
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DOB/DC	

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 Al		3.3.	seminar SF și ST	2
3.4.	Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. Al		3.6.	seminar SF și ST	28
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							8
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							10
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							43
3.8. Total ore pe semestru							75
3.9. Numărul de credite							3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	•
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și conexiune internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba engleză adaptate la contexte profesionale diverse. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
------------	--

Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba engleză în scopul construirii unui demers argumentativ complex. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc). Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

7. Conținuturi

7.1. AI (activități de autoinstruire – studiu individual acoperit prin resurse de autoînvățare și autoevaluare) – se păstrează același conținut ca în FD pentru IF	Metode de predare	Observații
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
Bibliografie		
7.2. Seminar SF și ST (ST-seminar față în față, ST – seminar în sistem tutorat)	Metode de predare	Observații
1. <i>Primeros pasos</i> : texto, vocabulario, el alfabeto español, los numerales, ejercicios - SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
2. Saludar. Preguntar y decir el nombre, la nacionalidad y la profesión. Presentarse y presentar a otra persona ante un grupo- SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
3. Pedir y dar información personal: nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, etc- SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
4. <i>España, país de las autonomías</i> , texto, el artículo, género y número de los sustantivos- SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
5. El adjetivo, describir personas, identificar personas en un grupo, ejercicios - SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h

6. <i>Ofertas de viajes</i> , texto, vocabulario, el verbo “ <i>gustar</i> ”, expresar gustos, opinar y pedir opinión - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
7. Solicitar información en hoteles y agencias de viajes, reservar un viaje o una habitación de hotel, el pronombre personal, el pronombre posesivo, comparativos el / la más + adjetivo, también / tampoco, ejercicios - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
8. <i>En venta</i> , texto, vocabulario, el verbo: presente de indicativo - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
9. Anuncios de compra, venta y alquiler de pisos, describir ciudades, valorar las distintas zonas de una ciudad según los servicios que ofrece, expresar preferencias, expresar obligación (tener que + inf.), ejercicios - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
10. <i>En el restaurante</i> , texto, vocabulario, la conjugación de los verbos, los marcadores temporales - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
11. Describir un lugar, pedir y dar información, preguntar y decir el precio, interrogativos, ejercicios - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
12. <i>En un hotel</i> , texto, los verbos <i>haber, ser y estar</i> , la hostelería - ST	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
13. Hablar de la frecuencia y de los horarios, explicar las funciones de un puesto y de un departamento, ejercicios - SF	Exerciții, conversație, jocuri de rol	2h
14. Repaso final - SF		2h

Bibliografie

1. Bunoro, Aura-Cristina; Șofei, Mihaela; Drăgan, Daniela; Dragnea, Monica; Zaharescu, Ana-Maria – Primeros pasos, Editura Universitară, București, 2008.
2. Camacho, M. Pilar – Español profesional y de los negocios: Manual práctico de comunicación empresarial, Edelsa Grupo Didascalía, Madrid, 2021.
3. González Hermoso, Alicia – Correspondencia comercial en español, Editorial Edinumen, Madrid, 2020.
4. Martínez, Marta; Navarro, Teresa – Curso de español para negocios: nivel intermedio-avanzado, SGEL, Madrid, 2022.
5. Palencia Villa, Juan Carlos – Español para profesionales del comercio internacional, Difusión, Barcelona, 2023.
6. Sánchez Lobato, Jesús; Sierra, José Ramón – Comunicación y negociación en español de los negocios, Edelsa, 2020.
7. Téllez, Jesús – Manual práctico de redacción en español para la empresa, Arco/Libros, Madrid, 2021.

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

Conținuturile sunt în concordanță cu cerințele și așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (*** /****):				80%
9.4. AI	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studențești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, rezolvarea de aplicații simple pentru comunicarea în limba engleză în cadrul activității economice

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNĂ - AMERICANĂ
1.2. Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	MARKETING DIGITAL						
2.2. Titularul activităților							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOP/DC

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Alte activități					-
Consultații					2
Examinări					2
3.7. Total ore studiu individual					68
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activității de autoinstruire	• Laptopuri/calculatoare, acces la internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptopuri/calculatoare, videoproiector, tablă/flipchart și accesorii, tehnologii/aplicații pentru crearea de conținut multimedia, acces la internet, aplicații de marketing digital (ex. SIMBOUND)

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online, inclusiv celor utilizate pentru marketingul prin canale de comunicare sociale (social media). Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.
Aptitudini	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației. Studentul/Absolventul folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta analize și studii specifice în domeniul instrumentelor software de marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.
--------------------------------------	--

7. Conținuturi

7.1. Activități de autoinstruire	Metode de predare	Observații
1. Introducere în marketingul digital; Evoluția teoriei și practicilor de eBusiness		2 ore
2. Marketingul și inteligența artificială		2 ore
3. Mediul de marketing digital		2 ore
4. Comportamentul consumatorului online		2 ore
5. Dezvoltarea strategiei de marketing digital		2 ore
6. Mixul de marketing digital - Politica de produs în mediul online		2 ore
7. Mixul de marketing digital - Politica de preț; Politica de distribuție		2 ore
8. Mixul de marketing digital - Politica de promovare în mediul digital		2 ore
9. Mixul de marketing digital – Alte componente ale mixului de marketing în servicii		2 ore
10. Instrumente de comunicare online de marketing - Site-urile web; Publicitatea online;		2 ore
11. Instrumente de comunicare online de marketing - Rețele sociale online și marketingul viral; Marketing prin motoare de căutare.		2 ore
12. Planificarea activității de marketing digital folosind platforme de simulare online		2 ore
13. Campanie de marketing digital		2 ore
14. Campanie de marketing digital		2 ore
Bibliografie: 1. Belch, G., Belch, M., Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective, ediția a XII-a, McGraw-Hill Education, 2020 (disponibilă în Biblioteca universității) 2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Majd A.R., Digital Marketing, ediția a IX-a, Pearson, 2025 (disponibilă în Biblioteca universității) 3. Duffett R., Zaharia R.M., Edu T., Constantinescu R., Negricea C., Exploring the antecedents of Artificial Intelligence products'usage. The case of business students, Amfiteatru Economic Journal, Vol. 26, Nr. 65, pag. 106-125, 2024 4. Duffett R., Edu T., Negricea I.C., Zaharia R.M., Modelling the effect of youtube as an advertising medium on converting intention-to-purchase into purchase, Transformations in Business & Economics, vol. 19, nr. 1 (49), pag. 112-132, 2020, ISSN 1648-4460, Clarivate Analytics Master Journal List 5. Duffett Rodney, Edu Tudor, Negricea Iliuta-Costel, YouTube marketing communication demographic and usage variables influence on Gen Y's cognitive attitudes in South Africa and Romania, The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries, vol. 85, nr. 5, Wiley, 2019, pag. 1-13, ISSN 1681-4835 6. Kim-Shyan Fam, Yang Liu, Sheng Wei, Tudor Edu, Răzvan Zaharia, Costel Negricea, Modeling New Technology Readiness and Acceptance in the Case of B2B Marketing Employees, Journal of Business-to-Business Marketing, 1–30, 2024 7. Jobber, D., Fahy, J., Foundations of Marketing, ediția a VII-a, London, McGraw Hill, 2022 (disponibilă în Biblioteca universității)		

8. Liu Y., Qi Li, Tudor Edu, Kim-Shyan Fam, Razvan Zaharia, Costel Negricea, **Mobile social commerce content, consumer emotions and behaviour**, International Journal of Consumer Studies, Early Access, 2023, ISSN 1470-6423
9. Liu Y., Li Q., Edu T., Fam K.S., Zaharia R., Negricea C., **Mobile social commerce content, consumer emotions and behaviour**, International Journal of Consumer Studies, Early Access, 2023, 1–20, ISSN 1470-6423
10. Negricea I.C., **Strategii de marketing online – Soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației**, Editura Universitară, București, 2010

7.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Provocările și oportunitățile mediului digital: piețe digitale, afaceri online, noi tehnologii - SF	Prezentare/Explicații/ Discuții/Studiul de caz	2 ore
2. Marketingul și inteligența artificială	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
3. Mediul de marketing digital	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
4. Beneficiile și costurile digitalizării activității de marketing. Furnizorii de servicii de marketing digital	Explicații/ Discuții/Studiul de caz	2 ore
5. Analiza comportamentului consumatorului online	Explicații/ Discuții/Studiul de caz	2 ore
6. Formularea strategiei de marketing digital	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
7. Analiza mediului de marketing digital - ST	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
8. Particularități ale mixului de marketing digital - ST	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
9. Implementarea strategiei de marketing digital - ST	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
10. Planificarea campaniei de marketing digital - SF	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
11. Comunicare online de marketing - SF	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator	2 ore
12. Înțelegerea instrumentelor digitale folosite în activitatea organizației folosind instrumente și platforme de simulare online. Realizarea, implementarea și evaluarea campaniilor de marketing digital folosind instrumente și platforme de simulare dedicate - P	Explicații/ Discuții/ Simulări laborator/ Realizarea unui proiect	2 ore
13. Prezentare proiecte - P	Explicații/ Discuții/ Studiul de caz/ Realizarea unui proiect	2 ore
14. Test - SF	Discuții și dezbateri	2 ore

Bibliografie:

1. Belch, G., Belch, M., **Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective**, ediția a XII-a, McGraw-Hill Education, 2020 (disponibilă în Biblioteca universității)
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Majd A.R., **Digital Marketing**, ediția a IX-a, Pearson, 2025 (disponibilă în Biblioteca universității)
3. Duffett R., Zaharia R.M., Edu T., Constantinescu R., Negricea C., **Exploring the antecedents of Artificial Intelligence products'usage. The case of business students**, Amfiteatru Economic Journal, Vol. 26, Nr. 65, pag. 106-125, 2024
4. Duffett R., Edu T., Negricea I.C., Zaharia R.M., **Modelling the effect of youtube as an advertising medium on converting intention-to-purchase into purchase**, Transformations in Business & Economics, vol. 19, nr. 1 (49), pag. 112-132, 2020, ISSN 1648-4460, Clarivate Analytics Master Journal List
5. Duffett Rodney, Tudor Edu, Negricea Iliuta-Costel, **YouTube marketing communication demographic and usage variables influence on Gen Y's cognitive attitudes in South Africa and Romania**, The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries, vol. 85, nr. 5, Wiley, 2019, pag. 1-13, ISSN 1681-4835
6. Kim-Shyan Fam, Yang Liu, Sheng Wei, Tudor Edu, Răzvan Zaharia, Costel Negricea, **Modeling New Technology Readiness and Acceptance in the Case of B2B Marketing Employees**, Journal of Business-to-Business Marketing, 1–30, 2024

7. Jobber, D., Fahy, J., **Foundations of Marketing**, ediția a VII-a, London, McGraw Hill, 2022 (disponibilă în Biblioteca universității)
8. Liu Y., Qi Li, Tudor Edu, Kim-Shyan Fam, Razvan Zaharia, Costel Negricea, **Mobile social commerce content, consumer emotions and behaviour**, International Journal of Consumer Studies, Early Access, 2023, ISSN 1470-6423
9. Liu Y., Li Q., Edu T., Fam K.S., Zaharia R., Negricea C., **Mobile social commerce content, consumer emotions and behaviour**, International Journal of Consumer Studies, Early Access, 2023, 1–20, ISSN 1470-6423
10. Negricea I.C., **Strategii de marketing online – Soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației**, Editura Universitară, București, 2010

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

Elaborarea conținutului disciplinei urmărește un grad înalt de compatibilizare cu programe din alte centre universitare din țară și din străinătate, fiind realizate actualizări cu cele mai noi studii și studii de caz din mediul online. De asemenea, în elaborarea acestuia sunt implicați reprezentanți ai mediului de afaceri. Cunoștințele asimilate de studenți vor favoriza înțelegerea noi platforme de comunicare și tehnologii cu aplicabilitate în marketing.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):			80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Test semestrial de evaluare	50%
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar 10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc. 10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs 10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești – Bonus 10%	
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):			20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)			20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)			

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță

- Dobândirea și înțelegerea noțiunilor teoretice și aplicarea elementară a demersurilor de segmentare, vizare și poziționare a unei organizații în mediul digital.
- Capacitatea de a elabora o campanie de marketing online.

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE TURISM							
2.2. Titularul activităților											
2.3. Titularul activităților de seminar											
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		II	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		DOB/DS

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 AI	2	3.3.	seminar SF și ST	1
3.4.	Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. AI	28	3.6.	seminar SF și ST	14
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							22
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							30
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							82
3.8. Total ore pe semestru							100
3.9. Numărul de credite							4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	• Economia afacerilor în turism și ospitalitate
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop, desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop, desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Disciplina oferă o înțelegere integrată a evoluției și dinamicii călătoriilor internaționale, a rolului intermediarilor (tour operatori, agenții de turism, OTA) și a interdependențelor dintre componentele industriei turismului. Studenții cunosc clasificările și tipologiile tour operatorilor și ale agențiilor, modelele de distribuție online și offline (GDS, agregatori, OTA) precum și particularitățile produselor turistice (circuite, charter, croaziere, pachete individuale). Sunt aprofundate elementele operaționale necesare elaborării și comercializării pachetelor turistice, documentele și contractele specifice activității agenției, metodele de calcul al costurilor și formarea prețului, precum și cadrul legislativ relevant pentru piața românească și internațională. Disciplina include, de asemenea, cunoștințe privind tendințele actuale ale pieței, inovația în experiența de rezervare și contribuția intermediarilor la turismul responsabil.
Aptitudini	Studenții dezvoltă capacitatea de a concepe, structura și calcula pachete turistice pentru diferite tipuri de produse și segmente de piață, de a realiza aranjamente și rezervări prin sisteme globale și platforme online și de a opera documentația contractuală aferentă. Ei pot realiza analize comparative ale ofertei operatorilor pe destinații și segmente, evalua fezabilitatea comercială a pachetelor și aplica tehnici de stabilire a prețului și comisionării pentru circuite și charter. Sunt capabili să utilizeze operativ GDS (Amadeus, Galileo), agregatori și OTA pentru distribuție, să integreze instrumente digitale în procesul de vânzare și să modeleze scenarii adaptative la modificările pieței. De asemenea, dobândesc competențe practice în gestionarea relațiilor cu furnizorii, în controlul calității serviciilor incluse și în implementarea soluțiilor care favorizează sustenabilitatea produsului turistic.
Responsabilitate și autonomie	Disciplina formează responsabilitatea profesională în elaborarea și comercializarea pachetelor turistice, asigurând respectarea cadrului legislativ, a clauzelor contractuale și a standardelor etice privind protecția consumatorului și a mediului. Studenții dobândesc autonomie în gestionarea proiectelor turistice, în luarea deciziilor operaționale și comerciale fundamentate pe analize de piață și calcule economice, precum și în utilizarea responsabilă a platformelor și datelor clienților. Ei dezvoltă capacitatea de a coordona activități interdepartamentale și de a adapta rapid strategiile de distribuție și produs la evoluțiile tehnologice și la cerințele pieței, promovând practici de turism durabil.

7. Conținuturi

7.1. AI	Metode de predare	Observații
1.Călătoriile internaționale - fenomen istoric și contemporan. Repere istorice privind industria călătoriilor Suport de curs, <i>Unitatea de învățare 1, pp 3-21</i>		2 ore
2. Intermediarii sectorului de călătorii: tour operatorii și agențiile de turism Suport de curs, <i>Unitatea de învățare 2, pp 22-29</i>		2 ore
3. Tipuri de tour operatori și piața de acțiune Suport de curs, <i>Unitatea de învățare 2, pp 30-34</i>		2 ore
4. Agențiile de turism: tipologie, rețele de agenții, strategii de acțiune Suport de curs, <i>Unitatea de învățare 2, pp35-39</i>		2 ore
5.Rolul OTA în stimularea călătoriilor prin inovarea experienței de rezervare. <i>Unitatea de învățare 2</i>		2 ore
6. Tendințele și strategiile de adaptare ale intermediarilor de vacanțe și călătorii la modificările pieței turistice <i>Unitatea de învățare 2, pp 48-58</i>		2 ore

7. Rolul intermediarilor în dezvoltarea turismului sustenabil și problematica turismului de masă. <i>Unitatea de învățare 2, pp 54-59</i>		2 ore
8. Operațiuni privind elaborarea pachetelor de vacanță și comercializarea serviciilor turistice <i>Unitatea de învățare 3, pp 64-72</i>		2 ore
9. Tipuri de pachete turistice: circuite și tururi, pachetele charter, croaziere; grupurile; oferta de elemente individuale <i>Unitatea de învățare 3, pp 72-81, Unitatea 4 integral</i>		2 ore
10. Contracte și documente utilizate în agenția de turism <i>Unitatea de învățare 5, 121-161</i>		2 ore
11. Documente necesare derulării activităților specific <i>Unitatea de învățare 5, pp 162-164</i>		2 ore
12. Distribuția pachetelor și serviciilor turistice <i>Unitatea curs actualizat</i>		2 ore
13. Sisteme și platforme de rezervări, Curs actualizat.		2 ore
14. Sisteme și platforme de rezervări, Curs actualizat.		2 ore

Bibliografie

Dodu Patricia, support de curs Managementul agenției de turism, 2025.

Dodu Patricia, Tehnici operaționale în agenția de turism, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, București 2008

Vinod, B. (2024). *Mastering the Travel Intermediaries: Origins and Future of Global Distribution Systems, Travel Management Companies, and Online Travel Agencies*. Springer.

Goodwin, H. (2025). *Responsible Tourism* (2nd ed.). Retrieved from <https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>

Bryant, T. (2022). *Business of Travel Agency and Tour Operations*. Murphy & Moore Publishing.

Dileep, M. R. (2019). *Tourism, Transport and Travel Management*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Davidson, T. L. (2005). What are travel and tourism: Are they really an industry? In W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3rd ed.). Elsevier Inc.

Gorham, G., & Rice, S. (2007). *Travel Perspectives: A Guide to Becoming a Travel Professional* (4th ed.). Thomson Delmar Learning.

ITB. (2023). *World Travel Trends Report 2024*.

Travel Magazine.

Sustainable Travel Report: Types, Trends and Destination Insights. (n.d.). Retrieved from https://seotravel.co.uk/sustainable-travel-report-statistics/?utm_source=chatgpt.com

7.2. Seminar SF și ST	Metode de predare	Observații
1. Interdependența dintre componentele industriei turismului și sectorul călătoriilor. Rolul tour operatorilor și agențiilor de turism; SF	Problematizare; Dezbateri	2 ore
2. Analize comparative ale ofertei principalilor tour operatori din Europa pe destinații, tipuri de pachete turistice, segmente de clientelă; ST	Învățarea prin investigare; Studiu de caz	2 ore
3. Piața de travel pe plan mondial și european. Cadrul legislativ în vigoare cu privire la funcționarea agențiilor de turism din România și condițiile de comercializare a pachetelor turistice; SF	Problematizare; Dezbateri	2 ore

4. Metode, tehnici, operațiuni specifice pentru elaborarea pachetelor turistice. ST	Învățarea prin investigare; Studiu de caz	2 ore
5. Elaborarea circuitelor turistice interne și externe; realizarea aranjamentelor, rezervărilor și serviciilor specifice, incluse și neincluse în ofertă. SF	Problematizare; Dezbateri	2 ore
6. Calculatia de preț aferentă circuitelor turistice, stabilirea costurilor de producție și a prețului de vânzare final comisionat; calculația prețurilor biletelor charter; Contractarea serviciilor la sol și stabilirea prețurilor finale pentru pachetele charter. Distribuția online a pachetelor și serviciilor turistice prin sisteme globale de distribuție (Amadeus, Galileo), agregatori (Skyscanner), OTA (Booking.com). ST	Problematizare; Studiu de caz Învățarea prin investigare; Studiu de caz	2 ore
7. TEST - SF		2 ore
Bibliografie Dodu Patricia, suport de curs Managementul agenției de turism, 2025. Dodu Patricia, Tehnici operaționale în agenția de turism, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, București 2008 Bryant, T. (2022). <i>Business of Travel Agency and Tour Operations</i> . Murphy & Moore Publishing. Vinod, B. (2024). <i>Mastering the Travel Intermediaries: Origins and Future of Global Distribution Systems, Travel Management Companies, and Online Travel Agencies</i> , Springer. Dileep, M. R. (2019). <i>Tourism, Transport and Travel Management</i> . Routledge, Taylor & Francis Group. ITB. (2023). <i>World Travel Trends Report 2024</i> . <i>Travel Magazine</i> . Booking.com. (2025). <i>Sustainable Travel Report</i> . Retrieved from https://www.booking.com <i>Departures Magazine</i> . Retrieved from https://www.departures-international.com/ <i>Condé Nast Traveler</i> . Retrieved from https://www.cntraveler.com/		

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

Prin integrarea conceptelor de organizare și funcționare a agențiilor, a instrumentelor digitale moderne (GDS, OTA, e-tourism), precum și a dimensiunilor de marketing, reglementare și etică profesională, disciplina se aliniază la standardele comunității academice internaționale și la recomandările organizațiilor profesionale, naționale și internaționale din domeniu. În același timp, răspunde nevoilor angajatorilor prin dezvoltarea unor competențe orientate spre management operațional, planificarea și vânzarea produselor turistice, negocierea cu partenerii și gestionarea situațiilor de criză. Astfel, disciplina contribuie la formarea unor specialiști adaptabili, capabili să răspundă cerințelor unei industrii turistice dinamice și competitive.

Conținutul disciplinei creează premisele definirii și dezvoltării competențelor și abilităților necesare agenților de turism și operatorilor din domeniul intermediarilor de pachete și servicii turistice. Tour operatorii și agențiile de turism ridică exigențe mediului academic privind implicarea activă și practică a studenților în activitățile specifice, impunând nu numai aprofundarea noțiunilor teoretice, ci și a celor practice.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):				80%
9.4. Seminar SF și ST	Frecvență și Performanță	Test semestrial de evaluare	50%	50%
		Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
• Studenții trebuie să pregătească și să prezinte un proiect privind conceperea și gestionarea unui pachet turistic. • Nota minimă de promovare la examenul final este 5 (cinci).

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3.	Departamentul	COMERȚ, INTEGRARE ECONOMICĂ ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4.	Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5.	Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6.	Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				ECOTURISM ȘI TURISM RURAL							
2.2. Titularul activităților de curs											
2.3. Titularul activităților de seminar											
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		II	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		DOB/DS

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3.	seminar/laborator	2
3.4.	Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6.	seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							18
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							68
3.8. Total ore pe semestru							100
3.9. Numărul de credite							4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile.
------------	---

Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în Svederea măsurării dezvoltării durabile.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, concepe și gestionează proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.

7. Conținuturi

7.1. Activități de autoinstruire	Metode de predare	Observații
1. Fundamente teoretice și conceptuale Istoricul conceptului de dezvoltare durabilă Pg. 2-5		2h
2. Fundamente teoretice și conceptuale Obiectivele dezvoltării durabile Pg. 2-5		2h
3. Turismul durabil în contextul dezvoltării durabile: fundamente teoretice Pg. 6-9		2h
4. Turismul durabil în contextul dezvoltării durabile: dimensiuni funcționale și interdependența cu ecoturismul Pg. 6-9		2h
5. Dimensiunile durabilității în turism: economică și ecologică Pg. 9-10		2h
6. Dimensiunile durabilității în turism: socio-culturală Pg. 9-10		2h
7. Instrumentele turismului durabil Pg. 10-18		2h
8. Instrumentele turismului durabil Pg. 10-18		2h
9. Organizații și rețele internaționale în domeniul ecoturismului și turismului durabil Pg. 19-24		2h
10. Organizații și rețele regionale în domeniul ecoturismului și turismului durabil Pg. 19-24		2h
11. Certificări și etichete ecologice în ecoturism și turismul durabil Pg. 25-34		2h
12. Standarde internaționale în turismul rural Pg. 25-34		2h
13. Forme specifice ale turismului durabil. Ecoturism. Turism rural Pg.35-44		2h
14. Forme specifice ale turismului durabil. Ecoturism. Turism rural Pg.35-44		2h
Bibliografie: Patrichi Ioana – <i>Turism sustenabil. De la teorie la practica</i> , Editura Universitara, 2024, ISBN: 978-606-28-1797-8, 220 p. Disponibil în Biblioteca URA David A. Fennell – <i>Ecotourism. Fifth edition</i> , Editura Taylor & Francis Ltd, 2020. David A. Fennell, Chris Cooper - <i>Sustainable Tourism. Principles, Contexts and Practices</i> , Editura Channel View Publications Ltd, 2020. Koščak, Marko, <i>Ethical and Responsible Tourism: Managing Sustainability in Local Tourism Destinations</i> , United Kingdom, Taylor & Francis, 2023.		

Martha Honey, Kelsey Frenkiel, <i>Overtourism: Lessons for a Better Future</i> , Editura Island Press, 2021 Slocum, Susan L., and Aidoo, Abena, <i>The Business of Sustainable Tourism Development and Management</i> . United Kingdom, Taylor & Francis, 2020.		
7.2. Seminar SF si ST	Metode de predare	Observații
1. Impactul schimbărilor climatice asupra turismului- SF	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
2. Rolul apei într-o economie durabilă, implicații asupra turismului - SF	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
3. Folosirea surselor de energie curată în turism - SF	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
4. Inovații tehnologice în turismul sustenabil - SF	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
5. Etica ecoturismului-ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
6. Turist responsabil și coduri de conduită și comportament-ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
7. Eco-destinațiile turistice / Ariile naturale protejate - Europa-ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
8. Eco-destinațiile turistice / Ariile naturale protejate - America+Asia-ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
9. Eco-destinațiile turistice / Ariile naturale protejate - Africa+Australia-ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
10. Simulare: Crearea unui pachet ecoturistic pentru un grup de turiști internaționali-ST	Simulare Lucrul în grup	2 ore
11. Analiza unei inițiative ecoturistice de succes din România -ST	Dezbatare Studiu de caz	2 ore
12. Workshop: Crearea unui brand ecoturistic local - SF	Lucrul în echipă Brainstorming Prezentare multimedia	2 ore
13. Workshop: Crearea unui brand ecoturistic local - SF	Lucrul în echipă Brainstorming Prezentare multimedia	2 ore
14. TEST - SF		2 ore
Bibliografie: Patrichi Ioana – <i>Turism sustenabil. De la teorie la practica</i> , Editura Universitara, 2024, ISBN: 978-606-28-1797-8, 220 p. Disponibil în Biblioteca URA David A. Fennell – <i>Ecotourism. Fifth edition</i> , Editura Taylor & Francis Ltd, 2020. David A. Fennell, Chris Cooper - <i>Sustainable Tourism. Principles, Contexts and Practices</i> , Editura Channel View Publications Ltd, 2020. Koščak, Marko, <i>Ethical and Responsible Tourism: Managing Sustainability in Local Tourism Destinations</i> , United Kingdom, Taylor & Francis, 2023. Martha Honey, Kelsey Frenkiel, <i>Overtourism: Lessons for a Better Future</i> , Editura Island Press, 2021 Slocum, Susan L., and Aidoo, Abena, <i>The Business of Sustainable Tourism Development and Management</i> . United Kingdom, Taylor & Francis, 2020.		

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

Conținutul disciplinei este corelat cu tendințele actuale și așteptările exprimate de comunitatea științifică națională și internațională în domeniul turismului durabil, precum și cu cerințele formulate de organizațiile profesionale și angajatori activi în sectorul turistic.

Temele abordate reflectă direcțiile promovate de instituții relevante precum Organizația Mondială a Turismului (UNWTO), Global Sustainable Tourism Council (GSTC), The International Ecotourism Society (TIES), dar și de organizații naționale precum Asociația de Ecoturism din România (AER).

De asemenea, conținuturile sunt aliniate la competențele cerute de angajatori din domeniul turismului sustenabil, agenții de turism, structuri de cazare ecologică sau ONG-uri implicate în dezvoltarea comunităților locale.

Prin includerea de teme precum indicatorii turismului durabil, capacitatea de suport, overtourismul, certificările ecoturistice, codurile de conduită și profilul turistului responsabil, disciplina răspunde nevoii de formare a unor specialiști capabili să gestioneze durabil destinațiile turistice și să participe la implementarea strategiilor sustenabile în turism.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):				80%
9.4. AI	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studențești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocvii" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță

Studentul trebuie să demonstreze înțelegerea noțiunilor fundamentale privind dezvoltarea durabilă aplicată în turism, să poată defini concepte-cheie precum ecoturism, turism responsabil și capacitate de suport, și să recunoască principalele organizații și instrumente internaționale asociate turismului durabil. De asemenea, trebuie să fie capabil să identifice exemple de practici sustenabile în turism și să aplice noțiunile teoretice în analiza unor situații simple (ex: identificarea unor indicatori de durabilitate sau a unui comportament responsabil al turistului).

Promovarea disciplinei presupune:

- înțelegerea corectă a minimum 50% din conținuturile teoretice;
- capacitatea de a elabora un punct de vedere argumentat privind un aspect al turismului durabil;
- realizarea și susținerea unui proiect/aplicații sau participarea activă la seminarii.

Data completării Semnătura titularului de activități Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNĂ - AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				DESIGN ȘI AMBIENT HOTELIER				
2.2. Titularul activităților								
2.3. Titularul activităților de seminar								
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS	

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
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							20
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							82
3.8. Total ore pe semestru							100
3.9. Numărul de credite							4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Video Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul explică noțiunile de bază ale esteticii aplicate în spațiile hoteliere, fenomenul kitsch și conceptele fundamentale ale designului (definiție, rol, funcții), incluzând principalele etape de evoluție și curente care au influențat designul hotelier. Studentul/absolventul cunoaște regulile de bază privind efectele optice și utilizarea culorilor în designul ambiental, regulile de amenajare a camerelor, băilor și mobilierului, precum și materialele utilizate în arhitectura și designul hotelier, incluzând procedee de ignifugare, protecție antibacteriană și antifungică. Studentul/absolventul descrie normele, standardele și reglementările relevante pentru construcțiile turistice din România (structuri de primire cu funcțiuni de cazare, prevederi urbanistice, partajarea spațiilor) și principalele stiluri și tendințe în design și ambient hotelier, tradiționale, contemporane și regionale.
Aptitudini	Studentul/absolventul analizează critic spații hoteliere (interioare și exterioare) din perspectiva principiilor estetice, a evitării kitsch-ului și a utilizării adecvate a culorilor, materialelor și efectelor optice. Studentul/absolventul aplică reguli și principii de amenajare a camerelor, băilor, mobilierului și zonelor exterioare în elaborarea de propuneri de design interior și exterior hotelier, ținând cont de fluxuri funcționale, confort, siguranță și normele în vigoare. Studentul/absolventul selectează și combină în mod argumentat materiale, texturi, culori și soluții constructive în funcție de tipul de hotel, categoria de confort, vecinătăți, teren și facilități, integrând stiluri arhitecturale și de design adecvate poziționării și pieței-țintă
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul își asumă responsabilitatea respectării normelor, standardelor și reglementărilor în proiectarea și amenajarea spațiilor hoteliere, având în vedere siguranța, confortul și bunăstarea oaspeților și a personalului. Studentul/absolventul manifestă autonomie și spirit critic în alegerea și argumentarea soluțiilor de design și ambient hotelier, evitând kitsch-ul și promovând concepte coerente cu identitatea și poziționarea hotelului. Studentul/absolventul colaborează responsabil în echipe multidisciplinare (arhitectură, inginerie, operare hotelieră, marketing) pentru dezvoltarea unor proiecte de design hotelier estetice, funcționale și sustenabile, aliniate tendințelor contemporane ale industriei.

7. Conținuturi

7.1. AI	Metode de predare	Observații
Estetica și valorile esteticii. Fenomenul Kitsch		2h
Designul: definiție, rol, funcții. Etape în evoluția designului. Școli și curente ce au influențat evoluția designului.		2h
Reguli de bază, efectele optice și utilizarea culorilor în designul ambiental		2h
Reguli de amenajarea camerelor și băilor hoteliere		2h
Reguli de amenajare mobilieră. Procedee de ignifugare, antibacteriene și antifungice.		2h
Norme, standarde și reglementări în domeniul construcțiilor turistice din România: ☐ Proiectarea structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare; ☐ Prevederi din Planurile Urbanistice Generale și din Regulamentul local de Urbanism; ☐ Standarde în partajarea spațiilor. Materiale utilizate în arhitectura și designul unui hotel		2h
Proiectarea hotelieră în funcție de vecinătăți, teren și facilități		2h

Design și ambient hotelier: Aspectul arhitectural Ingineria clădirilor		2h
Metode și procedee în amenajarea hotelieră ambientală		2h
Reguli și principii în amenajarea exterioară a unui hotel		2h
Stilurile arhitecturale și de design utilizate în amenajarea hotelieră tradiționale		2h
Stilurile arhitecturale și de design utilizate în amenajarea hotelieră contemporane		2h
Stilurile arhitecturale și de design utilizate în amenajarea hotelieră regionale		2h
Tendențe în designul hotelier		2h
Bibliografie 1. Dobrotă Gina, Design si Ambient Hotelier, suport curs digital, Platformă digitală URA, 2025 2. Sergiu Radu, Antreprenoriat in turism si industria ospitalitatii, Editura C.H. BECK (2014) 3. Corynne Pless, Art & Design Hotels, Lannoo Publishers, 2024 4. Paco Asensio, Ultimate hotel design, Editura TeNeues, 2005 5. The Design Hotels Book – Edition 2020, by Design Hotels		
7.2. Seminar SF și ST	Metode de predare	Observații
Lumina și culoarea și rolul lor în amenajarea hotelieră. Studii de caz - SF	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Amenajarea hotelieră în funcție de zone geografice - ST	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Analiză comparativă a amenajărilor hoteliere în funcție de tipologia hotelieră - SF	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Stiluri arhitecturale aplicate în funcție de nivelul de clasificare hotelieră - ST	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Stiluri arhitecturale tradiționale și regionale - ST	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Propunere de amenajare a unui hotel de 4 sau 5 stele, conform regulilor învățate. Tendențe în designul hotelier la nivel mondial. Studii de caz. - SF	Expunerea, explicația, aplicații/ studiu de caz, dezbateră	2h
Test - SF		2h
Bibliografie 1. Dobrotă Gina, Design si Ambient Hotelier, suport curs digital, Platformă digitală URA, 2025 2. Sergiu Radu, Antreprenoriat in turism si industria ospitalitatii, Editura C.H. BECK (2014) 3. Corynne Pless, Art & Design Hotels, Lannoo Publishers, 2024 4. Paco Asensio, Ultimate hotel design, Editura TeNeues, 2005 5. The Design Hotels Book – Edition 2020, by Design Hotels		

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

Conținutul disciplinei este elaborat în concordanță cu cel al disciplinei studiate în alte instituții de învățământ superior și este înnoit permanent în conformitate cu noile concepte și teorii, precum și cu cerințele reprezentanților mediului de afaceri exprimate în cadrul întâlnirilor, meselor rotunde organizate de membrii Facultății de Turism și Managementul Ospitalității

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):			80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Test semestrial de evaluare 50%	50%
9.5. Seminar SF și ST	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar 10%	30%
		Activități aplicative/ studii de caz/ referate/ lucrări practice/ monografii etc. 10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/ evaluare pe parcurs 10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)	
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):			20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)			20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)			

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
Elaborarea unui proiect de fundamentare a necesarului de resurse la amenajarea unei structuri de primire turistică.

Data completării Semnătura titularului de activități Semnătura titularului de activități de seminar

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

.....

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3.	Departamentul	COMERȚ, INTEGRARE ECONOMICĂ ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4.	Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5.	Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6.	Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				ETICĂ ÎN AFACERI					
2.2. Titularul activităților									
2.3. Titularul activităților de seminar									
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		II	2.6. Tipul de evaluare		2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 Al	1	3.3. seminar SF și ST	2
3.4.	Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. Al	14	3.6. seminar SF și ST	28
Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						23
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						20
Alte activități						-
Consultații						2
Examinări						2
3.7. Total ore studiu individual						68
3.8. Total ore pe semestru						100
3.9. Numărul de credite						4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul explică noțiunile fundamentale de etică în afaceri, inclusiv etimologia, conceptele, definițiile, misiunea, domeniile și diviziunile acesteia, precum și raportul dintre ceea ce este etic, moral și legal. Studentul/absolventul descrie principalele tipuri de dileme etice în afaceri și domeniile în care apar acestea, cu accent pe marketing, publicitate și management. Studentul/absolventul cunoaște principiile eticii manageriale, rolul și conținutul codurilor de etică și deontologie profesională, precum și legătura dintre etică, responsabilitate socială corporatistă și dezvoltarea sustenabilă a organizațiilor.
------------	--

Aptitudini	Studentul/absolventul analizează situații concrete de afaceri pentru a identifica dileme etice, actorii implicați și consecințele posibile asupra organizației și stakeholderilor. Studentul/absolventul aplică principii și criterii etice în evaluarea deciziilor manageriale și a campaniilor de marketing și publicitate, argumentând în ce măsură acestea respectă standardele etice și interesele publicului. Studentul/absolventul utilizează coduri de etică și deontologie profesională pentru a formula recomandări de conduită și soluții etice în situații problematice din mediul de afaceri
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul își asumă o conduită etică în activitatea profesională, conștient de impactul deciziilor sale asupra reputației organizației, încrederii partenerilor și mediului social. Studentul/absolventul manifestă responsabilitate în identificarea, prevenirea și gestionarea situațiilor cu potențial neetic sau ilegal, susținând aplicarea principiilor eticii în afaceri și a reglementărilor în vigoare. Studentul/absolventul contribuie în mod autonom la promovarea culturii etice și a responsabilității sociale corporatiste în organizațiile în care își desfășoară activitatea.

7. Conținuturi

7.1. Activități de autoinstruire	Metode de predare	Observații
1.Etica în afaceri: etimologie, concepte, definiții, misiune, domenii și diviziuni. Pg 6		2h
2.Etic vs moral vs legal. Pg 29		2h
3. Dilemele etice în afaceri. Pg 35		2h
4. Etica în marketing și publicitate. Impactul campaniilor de marketing asupra domeniului. Pg 60		2h
5. Etica managerială: evoluție, definire, rol, responsabilități manageriale. Pg 82		2h
6. Codurile de etică și deontologie profesională. Pg 82		2h
7. Etica și responsabilitatea socială corporatistă. Pg 122		2h
Bibliografie: 1. Certo, S., C. (2002) - <i>Managementul modern: diversitate, calitate, etica și mediul global</i>. București, Editura Teora. 2. Crăciun, D. (2005) - <i>Etica în afaceri</i>, București, Editura A.S.E. 3. Fennell, D. (2017) - <i>Tourism Ethics</i> Channel View Publications 4. Dembinski, P. (2017) - <i>Ethics and responsibility in finance</i>, New York, Routledge. 5. Hendry, J. (2013) - <i>Ethics and Finance: An Introduction</i> (Cambridge Applied Ethics), Cambridge University Press 6. Ionescu, Gh., Gh. (2005) - <i>Marketizarea, democratizarea și etica afacerilor</i>, București, Editura Economică. 7. Kofman, P., Payne C. (2018) - <i>A Matter of Trust, The Practice of Ethics in Finance</i>, Melbourne University Press. 8. Marian, L., coord. (2001) - <i>Etica și responsabilitatea managerială</i>, Târgu Mureș, Editura Efi-Rom. 9. Mureșan, V. (2009) - <i>Managementul eticii în organizații</i>, București, Editura Universității din București. 10. Popa, M. (2006) - <i>Etica afacerilor și managementul</i>, Cluj-Napoca, Editura Casa Cărții de Știință. 11. Santoro M., Strauss R. (2013) - <i>Wall Street Values: Business Ethics and the Global Financial Crisis Hardcover</i>, Cambridge University Press. 12. Tazim, J. (2019) – <i>Justice and ethics in tourism</i>, Taylor & Francis Ltd.		

13. Werhane, P., H., Freeman, E., R. (2005), *Business Ethics*. Blackwell Publishing, Malden, Oxford.
14. <https://www.unwto.org/background-global-code-ethics-tourism>
15. <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2005/economie-si-administrarea-afacerilor-internationale/22.pdf>
16. https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Articol_333.pdf
17. https://www.timken.com/wp-content/uploads/2018/02/Timken_Code-Romanian.pdf
18. <https://ir.hilton.com/~media/Files/H/Hilton-Worldwide-IR-V2/committee-composition/HW-Code-Of-Conduct-OCT2015-L26.pdf>
19. https://www.bcr.ro/content/dam/ro/bcr/www_bcr_ro/Despre-noi/Guvernanta-corporativa/Brosura_Cod_Etic_A5_RO.PDF
20. <https://www2.deloitte.com/ro/ro/pages/about-deloitte/articles/code-of-ethics.html>
21. https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1730/O0000737491_BusinessEthics_OP.pdf
22. https://www.bkconnection.com/static/Business_Ethics_EXCERPT.pdf

7.2. Seminar SF și ST (ST-seminar față în față, ST – seminar în sistem tutorat)	Metode de predare	Observații
1. Identificarea rolului Eticii în societate românească. - SF		2h
2. Problemele centrale ale moralei, cu influență în domeniul afacerilor. - SF		2h
3. Enunțarea valorilor morale fundamentale ale societății românești. Stabilirea unui sistem de valori comune pentru domeniul afacerilor.		2h
4. Comportament etic în afaceri.		2h
5. Discuții privind principiile etice universale. Precizarea unui cumul de reguli morale.		2h
6. Descrierea comportamentului etic în afaceri și precizarea principalelor modalități de promovare a acestuia. Stabilirea principalelor consecințe ale unui comportament contrar Eticii.		2h
7. Discutarea principalelor aspecte non-etice în afaceri.		2h
8. Codurile de etică și deontologie profesională. Importanța acestora pentru dezvoltarea și derularea adecvată a afacerilor.		2h
9. Responsabilitatea socială corporativă - studii de caz. - ST		2h
10. Etica din perspectiva pieței muncii (discriminare, political correctness, sclavia modernă). - ST		2h
11. Etica în marketing și publicitate. Impactul campaniilor de marketing asupra afacerilor. - ST		2h
12. Provocări etice în perioada actuală (pandemia COVID-19, etica în inteligența artificială, încălzirea globală etc) - SF		2h
13. Elaborarea unui proiect în care să fie evidențiate principalele avantaje/dezavantaje ale codurilor de etică. - P		2h
14. Test - SF		2h

Bibliografie:

1. Certo, S., C. (2002) - *Managementul modern: diversitate, calitate, etica și mediul global*. București, Editura Teora.
2. Crăciun, D. (2005) - *Etica în afaceri*, București, Editura A.S.E.
3. Fennell, D. (2017) - *Tourism Ethics* Channel View Publications
4. Dembinski, P. (2017) - *Ethics and responsibility in finance*, New York, Routledge.

5. Hendry, J. (2013) - *Ethics and Finance: An Introduction* (Cambridge Applied Ethics), Cambridge University Press
6. Ionescu, Gh., Gh. (2005) - *Marketizarea, democratizarea și etica afacerilor*, București, Editura Economică.
7. Kofman, P., Payne C. (2018) - *A Matter of Trust, The Practice of Ethics in Finance*, Melbourne University Press.
8. Marian, L., coord. (2001) - *Etica și responsabilitatea managerială*, Târgu Mureș, Editura Efi-Rom.
9. Mureșan, V. (2009) - *Managementul eticii în organizații*, București, Editura Universității din București.
10. Popa, M. (2006) - *Etica afacerilor și managementul*, Cluj-Napoca, Editura Casa Cărții de Știință.
11. Santoro M., Strauss R. (2013) - *Wall Street Values: Business Ethics and the Global Financial Crisis Hardcover*, Cambridge University Press.
12. Tazim, J. (2019) – *Justice and ethics in tourism*, Taylor & Francis Ltd.
13. Werhane, P., H., Freeman, E., R. (2005), *Business Ethics*. Blackwell Publishing, Malden, Oxford.
14. <https://www.unwto.org/background-global-code-ethics-tourism>
15. <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2005/economie-si-administrarea-afacerilor-internationale/22.pdf>
16. https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Articol_333.pdf
17. https://www.timken.com/wp-content/uploads/2018/02/Timken_Code-Romanian.pdf
18. <https://ir.hilton.com/~media/Files/H/Hilton-Worldwide-IR-V2/committee-composition/HW-Code-Of-Conduct-OCT2015-L26.pdf>
19. https://www.bcr.ro/content/dam/ro/bcr/www_bcr_ro/Despre-noi/Guvernanta-corporativa/Brosura_Cod_Etic_A5_RO.PDF
20. <https://www2.deloitte.com/ro/ro/pages/about-deloitte/articles/code-of-ethics.html>
21. https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1730/O0000737491_BusinessEthics_OP.pdf
22. https://www.bkconnection.com/static/Business_Ethics_EXCERPT.pdf

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

Disciplina este elaborată pe baza unor surse bibliografice din domeniu recunoscute la nivel național și internațional.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):				80%
9.4. AI	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	

		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studențești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)				

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
Realizarea unui proiect individual care să ateste însusirea cunoștințelor și capacitatea de a utiliza abilitățile dobândite în cadrul disciplinei. Nota minimă de promovare este 5 (cinci).

Data completării Semnătura titularului de activități Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNĂ - AMERICANĂ
1.2. Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI						
2.2. Titularul activităților							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS

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
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					42
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Alte activități					-
Consultații					2
Examinări					2
3.7. Total ore studiu individual					82
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul cunoaște conceptele, teoriile și modelele explicative ale comportamentului consumatorului, înțelegând mecanismele psihologice, culturale, sociale și economice care influențează decizia de cumpărare. Studentul/absolventul înțelege structura și etapele procesului decizional de cumpărare, de la identificarea nevoii până la comportamentul post-achiziție, precum și diferențele dintre consumatorul individual și cel organizațional. Studentul/absolventul recunoaște legislația, principiile etice și tendințele moderne privind protecția consumatorului și adaptarea strategiilor de marketing la evoluțiile motivaționale și tehnologice ale publicului.
------------	---

Aptitudini	Studentul/absolventul aplică modele teoretice (Marshall, Freud, Veblen, Hobbes) pentru analiza comportamentului consumatorului în contexte de piață diverse și argumentează influența factorilor psihologici, culturali, sociali și personali asupra deciziilor de cumpărare. Studentul/absolventul utilizează metode și tehnici de cercetare a comportamentului consumatorului, interpretând date obținute prin sondaje, interviuri sau observație pentru fundamentarea deciziilor de marketing. Studentul/absolventul evaluează procesele decizionale de achiziție și propune strategii de segmentare, poziționare și fidelizare adecvate profilului consumatorilor analizați.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul manifestă responsabilitate profesională în analiza etică și obiectivă a comportamentului consumatorilor, respectând confidențialitatea datelor și principiile deontologice ale cercetării de piață. Studentul/absolventul demonstrează autonomie și inițiativă în colectarea, interpretarea și valorificarea informațiilor despre consumatori, contribuind la luarea deciziilor de marketing strategic. Studentul/absolventul se implică activ în dezvoltarea de proiecte de cercetare privind comportamentul consumatorului, colaborând eficient în echipe interdisciplinare și adaptând metodele de analiză la medii de piață diferite.

7. Conținuturi

7.1. Activități de autoinstruire	Metode de predare	Observații
1. Coordonate generale ale comportamentului consumatorului		2 ore
2. Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori psihologici		2 ore
3. Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori culturali		2 ore
4. Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori sociali și factori personali		2 ore
5. Procesul decizional de cumpărare. Considerente generale		2 ore
6. Procesul decizional de cumpărare. Etape		2 ore
7. Comportamentul de cumpărare. Factori formativi		2 ore
8. Teorii și modele utilizate în explicarea comportamentului consumatorului. Modelul lui Marshall și modelul lui Freud		2 ore
9. Teorii și modele utilizate în explicarea comportamentului consumatorului. Modelul lui Veblen		2 ore
10. Teorii și modele utilizate în explicarea comportamentului consumatorului. Modelul lui Hobbes		2 ore
11. Comportamentul cumpărătorului organizațional. Elemente formative.		2 ore
12. Procesul de cumpărare organizațională		2 ore
13. Tehnici de studiere a comportamentului consumatorului		2 ore
14. Tehnici de studiere a comportamentului consumatorului		2 ore
Bibliografie 1. Cant, M. C., Brink, A., Brijball, S.- Consumer Behaviour, Juta, Cape Town, 2009 2. Cătoi, I., Teodorescu, N.- Comportamentul consumatorului, ed. 2, Ed. Uranus, București, 2004 3. Duffett, R., Edu, T., Negricea, I.C, Zaharia, R- Modelling the effect of Youtube as an advertising medium on converting intention-to-purchase into purchase, Transformations in Business & Economics, vol. 19, nr. 1, 2020, Vilnius, Lituania, pag. 112-132, ISSN 1648-4460 4. Edu, T.- Marketing strategic, Ed. Pro Universitaria, București, 2013 5. Hadi, R., Melumad, S.,Park, E.S., 2024. The Metaverse: A new digital frontier for consumer behavior. Journal of Consumer Psychology, 2024, 34, vol. 1, pp.142-166.		

6. Ionescu, S.A., Duffett, R., Edu, T., Negricea, I.C.- Brand-centred fashion clothing behaviour modelling within Generation Y. A two-country comparison, Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, 2023, ISSN 0424-267X, Vol. 57, Nr. 2., pag. 203-220
7. Liu, Y., Edu, T., Fam, K.S., Avram, E., Negricea, C.- Is Generation Y in China prone to buy green products? Integrating Confucianism in a VAB-TPB model to explain, Journal of Cleaner Production, Volume 494, 2025, 145016, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.145016>
8. Liu, Y., Li, Q., Edu, T., Jozsa, L., Negricea, I. C.- Mobile shopping platform characteristics as consumer behavior determinants, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 32, No. 7, 2019, pag. 1565-1587, ISSN 1355-5855, DOI: 10.1108/APJML-05-2019-0308
9. Liu, Y., Li, Q., Edu, T., Negricea I. C.- Exploring the Continuance Usage Intention of Travel Applications In the Case of Chinese Tourists, Journal of Hospitality & Tourism Research, 2020, Online first, ISSN: 1096-3480, online ISSN: 1557-7554, doi: 10.1177/1096348020962553
10. Purcărea, Th., Rațiu, M.- Comportamentul consumatorului, Ed. Carol Davila, București, 2007
11. Schiffman, L., Kanuk, L.- Consumer Behaviour, ed. 10, Prentice Hall, NJ, 2010

7.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Factorii care determină comportamentul consumatorului - SF	Studiu de caz	2 ore
2. Decizia de cumpărare - SF	Studiu de caz	2 ore
3. Etapele procesului decizional de cumpărare în cazul consumatorului individual - ST	Studiu de caz/ proiect	2 ore
4. Etapele procesului decizional de cumpărare în cazul consumatorului organizațional - ST	Studiu de caz	2 ore
5. Factorii de influențare a comportamentului consumatorului organizațional - ST	Studiu de caz	2 ore
6. Caracterizarea clienților unei organizații. Tehnici de studiere a comportamentului consumatorului - SF	Studiu de caz	2 ore
7. Test - SF		2 ore

Bibliografie

1. Cant, M. C., Brink, A., Brijball, S.- Consumer Behaviour, Juta, Cape Town, 2009
2. Cătoi, I., Teodorescu, N.- Comportamentul consumatorului, ed. 2, Ed. Uranus, București, 2004
3. Duffett, R., Edu, T., Negricea, I.C, Zaharia, R- Modelling the effect of Youtube as an advertising medium on converting intention-to-purchase into purchase, Transformations in Business & Economics, vol. 19, nr. 1, 2020, Vilnius, Lituania, pag. 112-132, ISSN 1648-4460
4. Edu, T.- Marketing strategic, Ed. Pro Universitaria, București, 2013
5. Hadi, R., Melumad, S., Park, E.S., 2024. The Metaverse: A new digital frontier for consumer behavior. Journal of Consumer Psychology, 2024, 34, vol. 1, pp.142-166.
6. Ionescu, S.A., Duffett, R., Edu, T., Negricea, I.C.- Brand-centred fashion clothing behaviour modelling within Generation Y. A two-country comparison, Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, 2023, ISSN 0424-267X, Vol. 57, Nr. 2., pag. 203-220
7. Liu, Y., Edu, T., Fam, K.S., Avram, E., Negricea, C.- Is Generation Y in China prone to buy green products? Integrating Confucianism in a VAB-TPB model to explain, Journal of Cleaner Production, Volume 494, 2025, 145016, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.145016>
8. Liu, Y., Li, Q., Edu, T., Jozsa, L., Negricea, I. C.- Mobile shopping platform characteristics as consumer behavior determinants, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 32, No. 7, 2019, pag. 1565-1587, ISSN 1355-5855, DOI: 10.1108/APJML-05-2019-0308
9. Liu, Y., Li, Q., Edu, T., Negricea I. C.- Exploring the Continuance Usage Intention of Travel Applications In the Case of Chinese Tourists, Journal of Hospitality & Tourism Research, 2020, Online first, ISSN: 1096-3480, online ISSN: 1557-7554, doi: 10.1177/1096348020962553
10. Purcărea, Th., Rațiu, M.- Comportamentul consumatorului, Ed. Carol Davila, București, 2007
11. Schiffman, L., Kanuk, L.- Consumer Behaviour, ed. 10, Prentice Hall, NJ, 2010

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

Elaborarea conținutului disciplinei urmărește un grad înalt de compatibilizare cu programe din alte centre universitare din țară și străinătate. De asemenea, în elaborarea acestuia au fost implicați reprezentanți ai mediului de afaceri. Cunoștințele asimilate de studenți vor favoriza deprinderea de obiective, strategii și tactici de dezvoltare de oferte prin centrarea pe înțelegerea modului în care consumatorii iau decizia de achiziționare a diferitelor mărfuri

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):			80%
9.4. Curs	Frecvență si Performanță	Test semestrial de evaluare 50%	50%
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar 10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc. 10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs 10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)	
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):			20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)			20%
Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)			

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță
• Însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și aplicarea acestora în rezolvarea unor aplicații simple • Elaborarea unui proiect • Nota minimă de promovare este 5 (cinci).

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2.	Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3.	Departamentul	LIMBI STRĂINE
1.4.	Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5.	Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6.	Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				LIMBA STRĂINĂ II SPANIOLĂ							
2.2. Titularul activităților											
2.3. Titularul activităților de seminar											
2.4. Anul de studii		III	2.5. Semestrul		II	2.6. Tipul de evaluare		V	2.7. Regimul disciplinei		DOB/DC

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

3.1.	Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. Al		3.3.	seminar SF și ST	2
3.4.	Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. Al		3.6.	seminar SF și ST	28
Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							8
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							10
Alte activități							-
Consultații							2
Examinări							2
3.7. Total ore studiu individual							43
3.8. Total ore pe semestru							75
3.9. Numărul de credite							3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	•
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laptop/desktop și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba engleză adaptate la contexte profesionale diverse. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
------------	--

Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba engleză în scopul construirii unui demers argumentativ complex. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc). Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

7. Conținuturi

7.1. AI (activități de autoinstruire – studiu individual acoperit prin resurse de autoînvățare și autoevaluare)	Metode de predare	Observații
1.		
2.		
Bibliografie		
7.2. Seminar SF și ST (ST-seminar față în față, ST – seminar în sistem tutorat)	Metode de predare	Observații
1. <i>En el aeropuerto</i> , texto, vocabulario, el verbo: el futuro de indicativo. - SF		2h
2. Dar instrucciones, solicitar y valorar servicios. - ST		2h
3. Invitar y aceptar y rechazar invitaciones, ejercicios. - SF		2h
4. <i>Una entrevista de trabajo</i> , texto, vocabulario, el verbo: el pretérito perfecto de indicativo. - ST		2h
5. Los departamentos de una empresa, expresar problemas y proponer soluciones, hablar de los derechos y deberes de trabajadores y empresarios. - SF		2h
6. El curriculum vitae europeo, ofertas de empleo, ejercicios. - ST		2h
7. <i>España en la Unión Europea</i> , texto, vocabulario, el verbo: el pretérito indefinido de indicativo – formas y usos. - SF		2h
8. Solicitar un empleo, ejercicios. - SF		2h
9. <i>En el banco</i> , texto, vocabulario relacionado con el banco y el dinero. - ST		2h
10. Oposición pretérito indefinido/perfecto. - ST		2h

11. Hablar de la trayectoria de una empresa, valorar una acción, expresar seguridad y obligación, ejercicios. - ST		2h
12. <i>La ciudad de Madrid</i> , texto, vocabulario. - ST		2h
13. Mostrar acuerdo y desacuerdo, hacer sugerencias y aconsejar, el verbo: el imperfecto de indicativo, ejercicios. - SF		2h
14. Repaso final. - SF		2h
Bibliografie 1. Bunoro, Aura-Cristina; Șofei, Mihaela; Drăgan, Daniela; Dragnea, Monica; Zaharescu, Ana-Maria – Primeros pasos, Editura Universitară, București, 2008. 2. Camacho, M. Pilar – Español profesional y de los negocios: Manual práctico de comunicación empresarial, Edelsa Grupo Didascalía, Madrid, 2021. 3. González Hermoso, Alicia – Correspondencia comercial en español, Editorial Edinumen, Madrid, 2020. 4. Martínez, Marta; Navarro, Teresa – Curso de español para negocios: nivel intermedio-avanzado, SGEL, Madrid, 2022. 5. Palencia Villa, Juan Carlos – Español para profesionales del comercio internacional, Difusión, Barcelona, 2023. 6. Sánchez Lobato, Jesús; Sierra, José Ramón – Comunicación y negociación en español de los negocios, Edelsa, 2020. 7. Téllez, Jesús – Manual práctico de redacción en español para la empresa, Arco/Libros, Madrid, 2021.		

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

Conținuturile sunt în concordanță cu cerințele și așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare		9.3. Pondere din nota finală*
A. Evaluare pe baza criteriilor frecvenței și performanței (***/****):				80%
9.4. AI	Frecvență si Performanță	Prezență	5%	50%
		Test semestrial de evaluare	45%	
9.5. Seminar/laborator	Frecvență si Performanță	Participare activă la seminar	10%	30%
		Activități aplicative / studii de caz / referate/ lucrări practice / monografii etc.	10%	
		Evaluarea rezultatelor învățării – test intermediar/evaluare pe parcurs	10%	
		Participare la sesiunea de comunicări științifice studentești (Bonus 10%)		
B. Evaluare finală în cadrul sesiunii de examene (*/**):				20%
Probă scrisă (test scris/proiect/referat/studiu de caz/monografie etc.)				20%

Probă orală (examen oral/proba practica/proiect/referat/ studiu de caz/monografie etc.)	
---	--

*Pentru studenții care în cadrul criteriului A, nu obțin minim 80% din punctajul maxim aferent, ponderile criteriilor A și B în nota finală se inversează.

**În cazul disciplinelor care au prevăzută ca tip/formă de evaluare "Verificare/Colocviu" (V/C), evaluarea se va face pe parcursul/la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene. Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală a acestei activități va fi alocată testului semestrial de evaluare – respectiv 50% - susținut la finalul semestrului, înaintea sesiunii de examene.

***Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "seminar/laborator/lucrări practice/proiect" ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar testului semestrial de evaluare, aferentă activității didactice de curs.

**** Pentru disciplinele care nu au prevăzută activitate didactică de tip "curs", ponderea din nota finală aferentă acestei activități va fi alocată suplimentar activității de seminar.

9.6. Standard minim de performanță

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, rezolvarea de aplicații simple pentru comunicarea în limba engleză în cadrul activității economice |
|--|

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
1.2. Facultatea	TURISM ȘI MANAGEMENTUL OSPITALITĂȚII
1.3. Departamentul	COMERȚ, INTEGRARE ECONOMICĂ ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4. Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii / Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ						
2.2. Titularul activităților							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DOB/DS

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs		3.3. seminar/laborator	4
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs		3.6. seminar/laborator	56
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					-
Alte activități					2
Consultații					2
Examinări					-
3.7. Total ore studiu individual					-
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	•
4.2. De rezultate ale învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a activităților de autoinstruire	• Laptop/desktop și acces internet
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Videoproiector și acces internet

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul / Absolventul recunoaște, alege și aplică metode și tehnici științifice pentru realizarea unui studiu. Studentul / Absolventul explică și interpretează variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului Administrarea Afacerilor.
------------	--

Aptitudini	Studentul / Absolventul se angajează în conceperea sau crearea de noi cunoștințe prin formularea de întrebări în legătură cu cercetarea, prin cercetarea, îmbunătățirea sau dezvoltarea de concepte, teorii, modele, tehnici, instrumente, software sau metode operaționale și prin utilizarea de metode și tehnici științifice. Studentul / Absolventul aplică metode și tehnici științifice pentru investigarea fenomenelor, dobândind noi cunoștințe sau corectând și integrând cunoștințele anterioare. Studentul / Absolventul utilizează procese sistematice de colectare, analiza și sintetizare a informațiilor pentru a evalua practica actuală și a genera noi înțelegeri cu privire la practică. Studentul / Absolventul utilizează modele (statistici descriptive sau inferențiale) și tehnici (extragerea datelor sau învățarea automată) în scopul analizării statistice, precum și instrumente TIC pentru a analiza datele, a descoperi corelații și a prognoza tendințe. Studentul / Absolventul aplică principiile etice fundamentale și legislația în domeniul cercetării științifice, inclusiv în ceea ce privește aspectele legate de integritatea cercetării.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize complexe privind turismul și ospitalitatea. Studentul/Absolventul consiliază organizațiile din domeniul turismului și ospitalității cu privire la factorii și măsurile pe care le pot lua și care ar promova și ar asigura stabilitatea și creșterea economică. Studentul/Absolventul aplică principiile, normele și valorile eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.

7. Conținuturi

7.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea metodologiei de documentare și elaborare a lucrării de licență. Dezbaterea unor teme, studii de caz etc. specifice domeniului studiat	Analize, discuții cu coordonatorul științific.	

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

--

9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală*
9.4. Curs	-	-	-
9.5. Seminar/laborator	Participare la activitatea științifică.	evaluare finală realizată de coordonatorul științific.	100%

9.6. Standard minim de performanță

La încheierea semestrului coordonatorul științific va realiza o evaluare finală a activității depuse de student în timpul anului și a rezultatelor obținute.

Pentru promovarea disciplinei este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci).

Data completării

Semnătura titularului de activități

Semnătura titularului de activități de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament