

FIȘA DISCIPLINEI

Promovare și identitate turistică

Anul universitar 2025/2026

1. Date despre program

| | |
|--|--|
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea din București |
| 1.2. Facultatea | FACULTATEA DE GEOGRAFIE |
| 1.3. Departamentul | Geografie Umana si Economica |
| 1.4. Domeniul de studii | GEOGRAFIE |
| 1.5. Ciclul de studii | MASTER |
| 1.6. Programul de studii | Gestiunea spațiului turistic și servicii de ospitalitate |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|----------------|---|------------------------|---|--------------------------|-----|
| 2.1. Denumirea disciplinei | Promovare și identitate turistică | | | | | | |
| 2.2. Titularul activităților de curs | Conf univ dr Daniela Dumbraveanu | | | | | | |
| 2.3. Titularul activităților de seminar | Conf univ dr Daniela Dumbraveanu | | | | | | |
| 2.4. Anul de studiu | II | 2.5. Semestrul | 1 | 2.6. Tipul de evaluare | C | 2.7. Regimul disciplinei | Opt |

3. Timpul total estimat

| | | | | | |
|--|----|--------------------|----|--------------|----|
| 3.1. Număr de ore pe săptămână | 3 | 3.2. Din care Curs | 2 | 3.3. Seminar | 1 |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | 42 | 3.5. Din care Curs | 28 | 3.6. Seminar | 14 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 8 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 12 |
| Pregătire seminare/ laborator, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 8 |
| Tutorat | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | 3 |
| 3.7. Total ore de studiu individual | | | | | 33 |
| 3.8. Total ore pe semestru | | | | | 75 |
| 3.9. Număr de credite | | | | | 3 |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--------------------|---|
| 4.1. de curriculum | - |
| 4.2. de competențe | - |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|---|
| 5.1. de desfășurare a cursului | - |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului | |

6. Rezultatele învățării

| | |
|------------|--|
| Cunoștințe | Studentul/absolventul cunoaște și explică modelele de organizare și dezvoltare turistică a spațiului |
|------------|--|

| | |
|--------------------------------------|---|
| | Studentul/absolventul înțelege și explică comportamentele specifice ale lucrătorilor și consumatorilor de servicii turistice |
| Aptitudini | <p>Studentul/absolventul prelucrează date specifice și realizează analize longitudinale/transversale asupra organizării spațiilor turistice cu scopul identificării mecanismelor ce determină evoluția acestora</p> <p>Studentul/absolventul utilizează surse diverse (statistici, studii de caz, media) și coroborează informațiile pentru a identifica factorii determinanți ai comportamentelor lucrătorilor și consumatorilor de servicii turistice</p> |
| Responsabilitate și autonomie | <p>Studentul/absolventul elaborează propuneri privind cadrul instituțional general pentru politicile de dezvoltare turistică, la nivel multiscalar</p> <p>Studentul/absolventul participă la formularea de soluții privind înțelegerea și modelarea comportamentelor lucrătorilor și consumatorilor de servicii turistice</p> |

7. Conținuturi

| 7.1. Curs | Metode de predare | Observații |
|---|---|------------|
| 1. Contextul teoretic al procesului de promovare in turism: definițiile conceptului, caracteristicile serviciilor, factorii motivanti si determinanti | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 2. Elemente structurale si functionale de promovare : <i>structura,segmentarea,planificarea</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 3. Elemente structurale si functionale de promovare : <i>conceperea și dezvoltarea produsul turistic</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 4. Elemente structurale si functionale de promovare : <i>tipologia planul de promovare</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 5. Procesul de promovare turistica: <i>Cadrul și instrumentele de implementare</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 6. Procesul de promovare turistica: <i>Cadrul instituțional</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 7. Procesul de promovare turistica: <i>destinatia turistica vs produsul turistic</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 8. Promovarea sistematica a destinatiilor turistice: <i>Organizațiile naționale pentru turism și rolul lor</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 9. Promovarea sistematica a destinatiilor turistic: <i>atracțiilor turistice</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 10. Promovarea sistematica a destinatiilor turistice: <i>operațiunilor de transport si cazare</i> | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |

| | | |
|--|---|-----------|
| 11. Elementul cheie in promovarea turistica: identitatea | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 12. Identitate nationala vs identitate turistica | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 1 ședință |
| 13 Identitatea destinației turistice | Expunere, prezentare ppt, problematizare, dialog, dezbateri | 2 ședințe |
| | | |

Bibliografie:

- Anholt, S. (2007) *Competitive Identity: the New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave Macmillan, Houndmills, Hampshire
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & de la Fuente-Vázquez, D. (2020) 'Destination branding: Opportunities and new challenges', *Tourism Management Perspectives*, 35, 100714.
- Hodson, J. M. (2022) *Connecting Brand Identity and Consumer-Based Brand Equity in Tourism*. Wiesbaden: Springer.
- *Understanding Place and Destination Branding* (2023) Cheltenham: Edward Elgar.
- Caiazzo, L., Coates, R. & Azaryahu, M. (eds.) (2021) *Naming, Identity, and Tourism*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Moscardo, G. (2023) 'Rethinking interpretation to support sustainable tourist behaviour', *Journal of Heritage Tourism*, 18(3), pp. 1-16.
- Zhang, J. J. (2024) 'Digital tourism interpretation content quality: A comparison', *Tourism Management Perspectives*, 48, 101081.
- Zou, Y. (2023) 'How do tourists' heritage spatial perceptions affect place identity?', *Tourism Geographies*, 25(2), pp. 145-162.
- Interpret Europe (ed.) (2021) *Recreating Tourism through Heritage — Proceedings*, Interpret Europe web conference 2021. [Online proceedings]
- World Economic Forum (2022) *Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for Growth*. Geneva: WEF.
- Ezzatian, S. (2025) 'Branding tourism destinations in the metaverse', *Journal of Tourism Futures*, (forthcoming/2025).
- *Encyclopedia of Tourism Management* (2022) 'Place Identity' entry. Cheltenham: Edward Elgar.
- Guvernul României / SGG (2020) *Strategia de Dezvoltare Turistică a României — Volumul 1: Raport de evaluare*. București: SGG.
- Morgan, J.; Pritchard, A., (1998) *Tourism Promotion and Power, Creating Images, Creating Identities*, Willey, Chichester
- Urry, J. (2008) *The Tourist Gaze*, 2nd edition, Sage Publication, London

| 7.2 Seminar | Metode de predare | Observații |
|--|--|-------------------|
| Teoria imaginii și imaginea turistică, exerciții analitice de vizualizare, recunoaștere, familiarizare și utilizare a elementelor componente dintr-o imagine turistică | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru individual | 2 ședințe |
| Proiectarea tuturor elementelor componente ale imaginii turistice, exerciții de descompunere și compunere a acestora | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru individual | 2 ședințe |
| Analiza tipologiei materialelor promoționale: materialele promotionale clasice, materialele promotionale digitale | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru individual | 2 ședințe |
| Întocmirea unei propuneri de interpretare a unei destinații cu identitate turistică | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru în echipa | 2 ședințe |
| Întocmirea a câte un tip de material interpretativ pentru o atracție turistică la alegere care să i confere identitate turistică | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru în echipa | 3 ședințe |

| | | |
|--|---|-----------|
| Intocmirea unui material de tip escape room | Problematizare, dialog, dezbateri, atelier, lucru în echipa | 3 ședințe |
| | | |
| Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> Li, X. and Smith, M. (2025) 'Place Practices and Identity Construction of Tourism Migrants', Journal of Sustainable Tourism, (2025). Kaefer, F. (2021) An Insider's Guide to Place Branding: Shaping the Identity and Reputation of Cities, Regions and Countries. Cham: Palgrave Macmillan. World Bank (2023) Romania Mountain Tourism: Deep Dive – Diagnostic Report. Washington, DC: World Bank. Ciocioi, G., Dragne, A. & Vlad, D. (eds.) (2023) Ghidul mănăstirilor din România (ediția a 5-a). București: Sophia. Morgan, J.; Pritchard, A., (2008) Meeting the destination branding challenge, în Morgan, N., et al (2008) <i>Destination Branding: creating a unique destination proposition</i>, Butterworth – Heinemann, Oxford Pritchard, A., Morgan, J. (1995) Evaluating vacation destination brochure images: the case of local authorities in Wales, <i>Journal of Vacation Marketing</i>, vol.2, No. 1, pp. 23 - 38 Urry, J (2008) The Tourist Gaze, 2nd edition, Sage Publication, London | | |

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

Obiectul de studiu are la bază concepte și exerciții fundamentale de mare importanță pentru studiul promovării, al identității și a modului cum acesta poate fi gestionat pentru turism. Aceasta disciplină este utilă pentru viitorii absolvenți în scopul determinării celor mai eficace și atractive strategii de promovare sau destinații cu identitate bine definită cu impact pozitiv în dezvoltarea turistică precum și a celor mai adecvate căi pentru diminuarea impacturilor negative.

9. Evaluare

| Tip de activitate | 9.1. Criterii de evaluare | 9.2. Metode de evaluare | 9.3. Pondere din nota finală |
|--|--|--|------------------------------|
| 9.4. Curs | Examen oral | Intrebări analitice și de gândire strategică | 50% |
| 9.5. Seminar | Portofolii și prezenta la aplicatiile practice din teren | Portofoliu, discuții | 50% |
| Standard minimum de performanță | | | |
| Nota 5 punctaj cumulat din punctajul obținut pentru examenul oral și cel obținut pentru portofoliu. Pentru nota 5 studenții vor avea cunoștințe elementare privind procesul de promovare, elementele principale utilizate în construirea unei identitati precum și în definirea unei destinatii turistice. | | | |

Data Completării
30.09.2025

Semnătura titularului de curs
Conf.univ.dr. Daniela Dumbrăveanu

Semnătura titularului de seminar
Conf.univ.dr. Daniela Dumbrăveanu

Data avizării în
departament

Semnătura Directorului de
Departament
Prof.univ.dr. Liliana Dumitrache