

FIȘA DISCIPLINEI

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	Departamentul de Geografie Umană și Economică
1.4. Domeniul de studii	Geografie
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Managementul resurselor și activităților turistice (MRAT)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul calității serviciilor turistice						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Gheorghilaș Aurel						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Gheorghilaș Aurel						
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. Din care Curs	2	3.3. Seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	3.5. Din care Curs	28	3.6. Seminar	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminare/ laborator, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorat					4
Alte activități					
3.7. Total ore de studiu individual					94
3.8. Total ore pe semestru					150
3.9. Număr de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Fizic – Amfiteatru dotat cu videoproiector; Online - Platforma MS Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Fizic – Sala de laborator dotată cu videoproiector

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul detine o recunoastere aprofundată a noțiunilor, conceptelor, proceselor și fenomenelor turistice, indiferent de tipologia lor. Studentul/absolventul și-a desăvârșit asimilarea terminologiei de specialitate, metodelor de cercetare și analiză utilizate în turism și geografie economică.
-------------------	--

	<p>Studentul/absolventul este familiarizat cu legislația, politicile și strategiile relevante pentru domeniul turistic la nivel național și internațional.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să descrie tipologiile fenomenelor turistice și explice dinamica acestora în context geografic, economic și socio-cultural.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să interpreteze impactul resurselor turistice asupra dezvoltării teritoriale și evalueze potențialul turistic al diferitelor regiuni.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să coreleze cunoștințele din domeniul turismului cu cele din discipline complementare (geografie, economie, sociologie etc.) în vederea unei abordări interdisciplinare.</p>
Aptitudini	<p>Studentul/absolventul aplica cunoștințele în contexte reale privind resursele și activitățile turistice.</p> <p>Studentul/absolventul aplica instrumente și metode specifice de cercetare geografică și turistică în analiza și evaluarea resurselor și activităților turistice.</p> <p>Studentul/absolventul proiectează și dezvoltă produse turistice adaptate resurselor locale, integrând componente de sustenabilitate și inovare.</p> <p>Studentul/absolventul elaborează materiale grafice (hărți, schițe, diagrame) și interpreteze rezultatele obținute în vederea redactării de rapoarte și studii de specialitate.</p> <p>Studentul/absolventul construiește strategii de promovare turistică eficiente, utilizând mijloace digitale și canale media relevante.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea de dezvoltare de produse turistice prin modelare, proiectare și promovare, folosind instrumente și tehnici specifice domeniului.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>Studentul/absolventul deține capacitatea de luare a deciziilor informate în domeniul turismului, cu asumarea responsabilității pentru impactul acestora asupra mediului și comunității.</p> <p>Studentul/absolventul este adaptabil la cerințele dinamice ale pieței muncii din domeniul turistic și al industriilor conexe.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea de identificare a nevoilor proprii de formare profesională continuă și dezvoltarea unui plan personal de carieră.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să colaboreze eficient în echipe multidisciplinare și demonstreze atitudine tolerantă și deschisă față de diversitate culturală și opinii diferite.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să-și asume responsabilitatea în gestionarea de proiecte și activități specifice turismului, demonstrând autonomie, inițiativă și capacitate decizională.</p> <p>Studentul/absolventul deține capacitatea să implementeze soluții inovatoare pentru rezolvarea provocărilor în domeniul turismului, cu impact pozitiv asupra mediului și comunității.</p>

7. Conținuturi

7.1. Curs	Metode de predare	Observații
<p>I. Locul serviciilor în ansamblul fenomenului turistic</p> <ul style="list-style-type: none"> - turismul – fenomen de masă - dimensiunea fenomenului turistic - rolul serviciilor turistice în volumul actual al circulației turistice - efecte ale valorificării turistice. 	<p>Expunere, descriere, explicație didactică, conversație, problematizare</p>	4 ore
<p>II. Standardele de calitate și strategia calității serviciilor turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - conceptul de calitate și particularități - planificarea și managementul calității 		8 ore

- calitatea în turismul românesc + priorități și perspective		
III. Piața serviciilor turistice - conceptul și caracteristicile pieței serviciilor - caracteristicile și factorii de influență ai cererii pentru servicii - caracteristici și tendințe în evoluția ofertei de servicii turistice		8 ore
IV. Strategii concurențiale pe piața serviciilor turistice - concurența și tipurile de concurență - metode și tehnici de analiză privind concurența - concurența la nivelul pieței serviciilor - abordarea strategiei de piață		8 ore

Bibliografie:

- Băcanu B., 2016, Practici de management strategic, Editura Polirom, Iași, p 41 – p 60 / p153 – 173
- Dogaru Mihaela-Mirela, 2016, Managementul calitatii, Edit. Universitară, București, p 125 – p 150
- Dumitrascu V., 2018, Bazele managementului. Paradigma sistemica. Abordare cognitiva. Perspectiva comportamentala, Edit. Universitară, București, p 44 – p 70
- Dumitrascu V., 2018, Preturi si concurenta. Elemente teoretico-metodologice si aplicative moderne, Edit. Universitară, București, p 51 – p 80
- Filip Alina, 2020, Customer relationship management, Edit. ASE, București, p 35 – p 54
- Neacșu N., Glăvan V., Baron P., Neacșu Monica, 2011, Geografia și economia turismului, Editura Pro Universitaria, București, p 371 - p 397
- Snack O., Baron P., Neacșu N., 2011, Economia Turismului, Editura Expert, București, p 375 – p 395
- Stănciulescu Gabriela, 2012, Managementul operațiunilor de turism, Editura All Back, București, p 31 – p 49
- Zaharia Valentina, Dogaru Mihaela-Mirela, David Elena, Mihalciou V., 2018, Managementul resurselor umane si munca in echipa, Edit. Universitară, București, p 53 – p 93
- Zaharia Valentina, Dogaru Mihaela-Mirela, David Elena, Nastase G., Stefan Cristina, 2018, Rolul managementului in gestionarea eficienta a activitatii firmei, Edit. Universitară, București, p 49 – p 62

7.2 Seminar	Metode de predare	Observații
Implementarea strategiei de management privind calitatea serviciilor – proiect semestrial		
Introducere. Prezentarea cerințelor pentru realizarea proiectului semestrial	Alegerea temelor pentru elaborarea proiectului semestrial	2 ore
Acțiuni de documentare și asistență privind realizarea proiectului semestrial	Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	14 ore
Prezentarea orală a proiectului semestrial pe echipe de lucru. Evaluarea prezentărilor orale	Expunere, prezentare ppt, conversația, problematizarea	12 ore

Bibliografie:

- Băcanu B., 2016, Practici de management strategic, Editura Polirom, Iași, p 41 – p 60 / p153 – 173
- Dumitrascu V., 2018, Bazele managementului. Paradigma sistemica. Abordare cognitiva. Perspectiva comportamentala, Edit. Universitară, București, p 44 – p 70
- Filip Alina, 2020, Customer relationship management, Edit. ASE, București, p 35 – p 54
- Stănciulescu Gabriela, 2012, Managementul operațiunilor de turism, Editura All Back, București, p 31 – p 49
- Zaharia Valentina, Dogaru Mihaela-Mirela, David Elena, Mihalciou V., 2018, Managementul resurselor umane si munca in echipa, Edit. Universitară, București, p 53 – p 93
- Zaharia Valentina, Dogaru Mihaela-Mirela, David Elena, Nastase G., Stefan Cristina, 2018, Rolul managementului in gestionarea eficienta a activitatii firmei, Edit. Universitară, București, p 49 – p 62

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 fundamentale din sfera serviciilor și activităților turistice. Disciplina este utilă pentru viitorii absolvenți în scopul cunoașterii categoriilor de servicii turistice și a standardelor de calitate a acestora, în vederea unui management corect al acestora.

9. Evaluare

Tip de activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Răspunsurile la examen / colocviu (evaluarea finala)	Examen	50 %
9.5. Seminar	Realizarea corectă a sarcinilor de lucru pe parcursul semestrului	Proiect de semestru	50 %
Standard minimum de performanță	<ul style="list-style-type: none">- să răspundă la jumătate din întrebările examenului;- să alcatuiască proiectul,- să nu exprime erori grave.- redactarea si prezentarea proiectului cercetare, respectand norme si principii deontologice.		

Data Completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

25.09.2025

Conf univ dr. Gheorghilas Aurel

Conf univ dr. Gheorghilas Aurel

**Data avizării în
departament**

**Semnătura Directorului de
Departament**