FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2026/2027

1. Date despre program

1.1. Instituția de Învățământ superior	Universitatea din București
1.2. Facultatea	Geografie
1.3. Departamentul	Geografie Regională și Mediu
1.4. Domeniul de studii	Geografie
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Geografia Turismului

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnici de concepere a itinerariilor turistice						
2.2. Titularul activităților de curs	Marian MARIN						
2.3. Titularul activităților de seminar	Marian MARIN						
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7.Regimul disciplinei	Ob.

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					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					15
Pregătire seminare/ laborator, teme, referate, portofolii şi eseuri					15
Tutorat					10
Alte activități					14
3.7. Total ore de studiu individual					74
3.8. Total ore pe semestru					130
3.9. Număr de credite					6

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Parcurgerea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Identificarea, definirea și descrierea principalelor noțiuni, concepte, legități, procese și fenomene geografice regionale, precum și a metodelor de bază ale domeniului. Clasificarea conceptelor și teoriilor de bază legate de analiza și prelucrarea datelor de proveniență geografică diferită Identificarea metodelor și semnificațiilor terminologice specifice geografiei turismului pentru realizarea, conceptualizarea și interpretarea ulterioară a studiilor de profil. Citirea activă, folosirea cât mai multor elemente suplimentare celui de predare efectivă, folosirea corectă a terminologiei specifice domeniului Geografia Turismului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	amfiteatru acces internet, videoproiector, tablă smart, markere
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	laborator, material didactic adecvat (hărţi, videoproiector, fotografii tematice, materiale bibliografice)

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Studentul/absolventul deține capacitatea de luare a deciziilor informate în domeniul turismului, cu asumarea responsabilității pentru impactul acestora asupra mediului și comunității - Studentul/absolventul înțelege mecanismele de funcționare ale industriei turistice, inclusiv a modului în care resursele și activitățile turistice influențează dezvoltarea teritorială - Studentul/absolventul este familiarizat cu legislația, politicile și strategiile relevante pentru domeniul turistic la nivel național și internațional. - Studentul/absolventul deține capacitatea să descrie tipologiile fenomenelor turistice și explice dinamica acestora în context geografic, economic și socio-cultural - Studentul/absolventul deține capacitatea să analizeze cadrul legislativ și politicile publice relevante în domeniul turismului, la nivel național și internațional. - Studentul/absolventul deține capacitatea să interpreteze impactul resurselor turistice asupra dezvoltării teritoriale și evalueze potențialul turistic al diferitelor regiuni
Aptitudini	- Studentul/absolventul aplica cunoștințele în contexte reale privind resursele și activitățile turistice. - Studentul/absolventul deține capacitatea de analiză și interpretare a datelor pentru fundamentarea deciziilor privind dezvoltarea turismului - Studentul/absolventul proiecteză și dezvoltă produse turistice adaptate resurselor locale, integrând componente de sustenabilitate și inovare. - Studentul/absolventul elaborează materiale grafice (hărți, schițe, diagrame) și interpreteze rezultatele obținute în vederea redactării de rapoarte și studii de specialitate - Studentul/absolventul elaborează fezabilitatea și sustenabilitatea activităților turistice prin metode de analiză critică și decizională - Studentul/absolventul construiește strategii de promovare turistică eficiente, utilizând mijloace digitale și canale media relevante
Responsabilitate și autonomie	- Studentul/absolventul deține capacitatea de luare a deciziilor informate în domeniul turismului, cu asumarea responsabilității pentru impactul acestora asupra mediului și comunității - Studentul/absolventul deține capacitatea de a lucra eficient și etic într-un cadru profesional, în echipe multidisciplinare și multiculturale - Studentul/absolventul deține capacitatea de identificare a nevoilor proprii de formare profesională continuă și dezvoltarea unui plan personal de carieră - Studentul/absolventul deține capacitatea să colaboreze eficient în echipe multidisciplinare și demonstreze atitudine tolerantă și deschisă față de diversitate culturală și opinii diferite - Studentul/absolventul deține capacitatea să-și autoevalueze propriul nivel de competență profesională și formuleze direcții de dezvoltare continuă, adaptate cerințelor pieței muncii - Studentul/absolventul deține capacitatea să-și asume responsabilitatea în gestionarea de proiecte și activități specifice turismului, demonstrând autonomie, inițiativă și capacitate decizională

7. Conţinuturi

7.1. Curs	Metode de predare	Observaţii
1. Itinerarul turistic – concept, caracteristici 2. Studiul comparativ al ofertelor itinerariilor existente pe piata turistică 3. Evaluarea itinerarului turistic în termenii costului, duratei şi atractivităţii	Problematizare, abordare euristică, metode activ-participative, expunere online	

4. Stabilirea grupului ţintă în realizarea itinerariilor turistice. Metode de elaborare a denumirilor itinerariilor turistice 5. Strategii de promovare şi comercializare a itinerariilor turistice 6. Imaginea – vector geo-temporal al itinerarului turistic 7. Comportamentul – element de specializare a itinerariului turistic. Rolul social-media în realizarea şi construcţia itinerarului turistic 8. Problema orientării şi accesarea punctelor de interes în cadrul itinerarului turistic 9. Rutele culturale – între tradiţie şi modernitate. Rolul şi semnificaţia brand-ului în conceperea itinerariului turistic 10. Turismul tactic – o nouă abordare a itinerariului turistic. Modelarea itinerariilor turistice în oraşele patrimoniu		

Bibliografie

Adrian Popescu and Gregory Grefenstette. Deducing trip related information from flickr. In Proc. WWW'2009, pages 1183–1184, April 2009.

Boyd S. 2002. Cultural and heritage tourism in Canada: opportunities, principles and challenges. Tourism and Hospitality Research 3(3): 211–233.

Cabrini L. 2003. Cultural Tourism: Opportunities and Challenges. European Forum of World Heritage Cities: Luxembourg City, Luxembourg.

Chandra Chekuri and Martin P´al. A recursive greedy algorithm for walks in directed graphs. In FOCS, pages 245–253, 2005.

Chhabra D. 2009. Proposing a sustainable marketing framework for heritage tourism. Journal of Sustainable Tourism 17(3): 303–320.

Chih Hua Tai, De Nian Yang, Lung Tsai Lin, and Ming Syan Chen. Recommending personalized scenic itinerary with geo-tagged photos. In Proc. ICME'2008, pages 1209–1212, 2008.

David Crandall, Lars Backstrom, Daniel Huttenlocher, and Jon Kleinberg. Mapping the world's photos. In Proc. WWW'2009, pages 761–770, April 2009.

David Leake and Jay Powell. Knowledge planning and learned personalization for web-based case adaptation. In Proc. ECCBR 2008, pages 284–298, 2008.

Ellis A. 2003. 'Valuing Culture', background paper for Valuing Culture Conference hosted by Demos, AEA Consulting, the National Theatre, and the National Gallery in London, UK, June 17, 2003. http://www.demos.co.uk/media/vacupr_ page269.aspx. (accessed 10 October 2008).

European Commission. 2002. Using natural and cultural heritage for the development of sustainable tourism in non-traditional tourism destinations. Available at http://ec.europa.eu/ enterprise/tourism/documentation/studies_ and_publications/cultural_heritage/index_en. htm (accessed 10 October 2008).

Fabien Girardin, Filippo Dal Fiore, Carlo Ratti, and Josep Blat. Leveraging explicitly disclosed location information to understand touristic dynamics: A case study. Journal of Loc.-Based Servcs, 2(1):41–54, 2008.

Fabien Girardin, Josep Blat, Francesco Calabrese, Filippo Dal Fiore, and Carlo Ratti. Digital footprinting: Uncovering tourists with user-generated content. IEEE Pervasive Computing, 7(4):36–43, 2008.

Friedman AJ. 2007. The great sustainability challenge: how visitor studies can save cultural institutions in the 21st century. Visitor Studies 10(1): 3–12.

Hardy A, Beeton RJS, Pearson L. 2002. Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. Journal of Sustainable Tourism 10(6): 475–496.

Hassan SS. 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. Journal of Travel Research 38(3): 239–245.

Hughes HL. 2002. Culture and tourism: a framework for further analysis. Managing Leisure 7(3): 164–175. Indiana Economic Digest. 2009. State Tourism Offi ce Coping with Severe Budget Cut. Available at http:// www.indianaeconomicdigest.net/main.asp?Secti onID=31&SubSectionID=62&ArticleID=49203 (accessed 2 October 2009).

Indianapolis Downtown Inc. 2009. Indianapolis'Nationally Lauded Downtown Renaissance Continues. Available at http://www.indydt.com/ revitalizationbackgrounder.cfm (accessed 6 October 2009).

Jansen-Verbeke M. 1996. Cultural tourism in the twenty-first century. World Leisure and Recreation 31(1): 6–11.

Kantanen T, Tikkanen I. 2006. Advertising in low and high involvement cultural tourism attractions: four cases. Tourism & Hospitality Research 6(2): 99–110.

Lawrence F. 2008. The future of ecotourism and cultural tourism and the effects on the world. Consortium Journal of Hospitality & Tourism 13(1): 79–84.
Murphy C, Boyle E. 2006. Testing a conceptual model of cultural tourism development in the post-industrial city: a case study of Glasgow. Tourism & Hospitality Research 6(2): 111–128.
Richards G. 1996. Production and consumption of European cultural tourism. Annals of Tourism Research 23(2): 261–283.
Travel Digest. 2009. Most Visited US Cities. Available at http://www.travelersdigest.com/visited_us_ cities.htm (accessed 20 September 2009).

7.2 Seminar	Metode de predare	Observaţii
1. Utilizarea brand-ului în diferenţierea destinaţiilor turistice 2. Sacru şi profan – de la pelerin la turist 3. City Break – emoţia ca element motivaţional în luarea deciziei 4. Branding-ul pachetelor de vacanţă 5. Re-branding-ul cultural şi creşterea atractivităţii turistice 6. Itinerariul turistic şi valorificarea spaţiilor urbane post-industriale 7. Comunităţile rurale şi itinerariul turistic cultural	Expunerea (prezentare Power Point), explicaţia, conversaţia, problematizarea, lucrul cu harta	

Bibliografie:

Chhabra D. 2009. Proposing a sustainable marketing framework for heritage tourism. Journal of Sustainable Tourism 17(3): 303–320.
Chih Hua Tai, De Nian Yang, Lung Tsai Lin, and Ming Syan Chen. Recommending personalized scenic itinerary with geo-tagged photos. In Proc. ICME'2008, pages 1209–1212, 2008.
David Crandall, Lars Backstrom, Daniel Huttenlocher, and Jon Kleinberg. Mapping the world's photos. In Proc. WWW'2009, pages 761–770, April 2009.
David Leake and Jay Powell. Knowledge planning and learned personalization for web-based case adaptation. In Proc. ECCBR 2008, pages 284–298, 2008.
Ellis A. 2003. 'Valuing Culture', background paper for Valuing Culture Conference hosted by Demos, AEA Consulting, the National Theatre, and the National Gallery in London, UK, June 17, 2003. http://www.demos.co.uk/media/vacupr_ page269.aspx. (accessed 10 October 2008).
European Commission. 2002. Using natural and cultural heritage for the development of sustainable tourism in non-traditional tourism destinations. Available at http://ec.europa.eu/ enterprise/tourism/documentation/studies_ and_publications/cultural_heritage/index_en. htm (accessed 10 October 2008).
Fabien Girardin, Filippo Dal Fiore, Carlo Ratti, and Josep Blat. Leveraging explicitly disclosed location information to understand touristic dynamics: A case study. Journal of Loc.-Based Servcs, 2(1):41–54, 2008.
Fabien Girardin, Josep Blat, Francesco Calabrese, Filippo Dal Fiore, and Carlo Ratti. Digital footprinting: Uncovering tourists with user-generated content. IEEE Pervasive Computing, 7(4):36–43, 2008.
Friedman AJ. 2007. The great sustainability challenge: how visitor studies can save cultural institutions in the 21st century. Visitor Studies 10(1): 3–12.
Hardy A, Beeton RJS, Pearson L. 2002. Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. Journal of Sustainable Tourism 10(6): 475–496.
Hassan SS. 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. Journal of Travel Research 38(3): 239–245.
Hughes HL. 2002. Culture and tourism: a framework for further analysis. Managing Leisure 7(3): 164–175. Indiana Economic Digest. 2009. State Tourism Offi ce Coping with Severe Budget Cut. Available at http:// www.indianaeconomicdigest.net/main.asp?Secti onID=31&SubSectionID=62&ArticleID=49203 (accessed 2 October 2009).
Kantanen T, Tikkanen I. 2006. Advertising in low and high involvement cultural tourism attractions: four cases. Tourism & Hospitality Research 6(2): 99–110.
Kaufman T, Scantlebury M. 2007. Cultural tourism and the vacation ownership industry. Journal of Retail & Leisure Property 6(3): 213–221.
Keith Cheverst, Nigel Davies, Keith Mitchell, Adrian Friday, and Christos Efstratiou. Developing a context-aware electronic tourist guide: some issues and experiences. In Proc. SIGCHI'00, pages 17–24, New York, NY, USA, 2000. ACM.

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

Conţinutul disciplinei urmăreşte să ofere cursanţilor atât competenţe profesionale, cât şi transversale. Informaţiile transmise şi metodologia de cercetare specifică disciplinei vizează dezvoltarea competenţelor de aplicare în practică a cunoştinţelor teoretice dobândite la curs. Curriculum-ul disciplinei oferă cursanţilor sprijinul necesar pentru dobândirea unor abilităţi instrumental-aplicative care să răspundă nevoilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi/sau potenţialilor angajatori.

9. Evaluare

Tip de activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	- complexitatea şi corectitudinea cunoştinţelor; - coerenţa logică, fluenţa, expresivitatea, forţa de argumentare; - capacitatea de a opera cu cunoştinţele asimilate în activităţi intelectuale complexe; - capacitatea de aplicare în practică, în contexte diferite, a cunoştinţelor învăţate; - capacitatea de analiză, de interpretare personală, originalitatea, creativitatea; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate şi capacitatea de comunicare.	verificare finală orală/scris; evaluare prin teste și teme de control pe parcursul semestrului;	70% - răspunsuri; 20% - activităţi aplicative atestate/laborator/lucrări practice/proiect etc.; 10% - teste pe parcursul semestrului;
9.5. Seminar	- capacitatea de aplicare în practică, în contexte diferite, a cunoştinţelor învăţate; - capacitatea de analiză, de interpretare personală, originalitatea, creativitatea;	Evaluare prin teste și teme de control pe parcursul semestrului;	10% - teme de control.
Standard minimum de performanță			

Data completării 26.09.2025 **Semnătura titularului de curs** **Semnătura titularului de seminar**

Data avizării în departament **Semnătura Directorului de Departament**