



# Sesiuni de comunicări științifice

ISSN 3061-6891

ISSN-L 3061-6891

NR 7 IULIE 2025

Coordonator Revistă  
Prof Ec Dr PETRE  
DANIELA

REDACTIA:

Redactor coordonator :

Prof Ec Dr Petre Daniela

Redactor Șef :

Prof Ec Dr

Mirea Cosmin Nicolae

Redactori Turism :

Prof Ing Dr Rădoi Eugenia Dorina

Prof Ec Dr

Albu Ovidiu Toma

Redactor Tehnic :

Prof Ing Dr

Damian Adriana

Redactori Religie :

Prof Ing Farm.Dr Pușcaș Gabriela

Prof Dr Teșu Cristinel

Prof Dr Georgescu Bogdan

Redactor Economic /Comerț:

Prof Jr Ec Dr Simina Andora

Prof Ec Dr

Jeleascov Monica

## Cuprins :

|                                                                                                                                              |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE .....                                                                                                        | PAG 4  |
| 2 ADICȚIILE – O PROBLEMĂ COMPLEXĂ A SOCIETĂȚII MODERNE. ....                                                                                 | PAG 6  |
| 3. BENEFICIILE MENTORATULUI ASUPRA CALITĂȚII ACTULUI DIDACTIC.....                                                                           | PAG 8  |
| 4. NEA POTIDEA – DESTINAȚIE DE VACANȚĂ.....                                                                                                  | PAG 10 |
| 5. FIRMELE DE EXERCITIU ȘI SOLUȚIA TINERELOR GENERAȚII PENTRU PROMOVAREA RESPONSABILĂ A DESTINAȚIILOR AGROTURISTICE DIN JUDEȚUL PRAHOVA..... | PAG 12 |

Totul este posibil

## MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

Prof Ec Dr Petre Daniela  
Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez București

### I.1 Aspecte privind managementul turismului :

Relația dintre turism și capitalul uman este complexă, de intercondiționare, fiecare dintre cele două elemente având deopotrivă rolul de cauză și efect. Turismul imprimă muncii prestate în acest sector o serie de caracteristici: Consum mare de muncă vie comparativ cu alte ramuri. Turismul face parte din sectorul terțiar, iar aici introducerea progresului tehnic nu este recomandată în toate cazurile. Înlocuirea omului cu mașina nu este o soluție fericită pentru serviciile de cazare, recepție, alimentație, servire. Răspundere materială și morală superioară. Calitățile unui bun lucrător în domeniul turismului constau în: corectitudine maximă, răbdare, sollicitudine, capacitatea de a anticipa nevoile turistului. Nivel ridicat și complex de pregătire. Munca în turism reclamă pe lângă cunoștințe de ordin tehnic și un nivel general de instruire și cultură ridicat, apropiat de cel al turiștilor. Lucrătorul în turism trebuie să aibă abilități de comunicare și o mare flexibilitate. Însușirile fizice și ținuta sunt obligatorii. Relații directe lucrători-client, printr-o participare – într-o proporție mai mare sau mai mică a turistului la realizarea serviciului propriu-zis. Sezonalitate accentuată și fluctuație mare a personalului comparativ cu alte sectoare de activitate, datorită concentrării sezoniere a circulației turistice și funcționării temporare a unei importante părți a bazei tehnico-materiale. Utilizarea modelului muncii cu timp parțial. Este vorba de angajări în week-end, cu prilejul diverselor evenimente sau sărbători sau pentru anumite activități. Feminizarea forței de muncă, mobilitate a ridicată, angajarea întregului timp de muncă al unei zile.

Toate acestea influențează nemijlocit numărul și dinamica lucrătorilor, structura acestora, nivelul productivității muncii, sistemele de cointeresare și, corespunzător, politica de selecție și recrutare, organizarea pregătirii profesionale[1]<sup>45</sup>. Evoluția și structura personalului ocupat în turism. Dezvoltarea turismului a fost însoțită de o dinamică susținută a personalului ocupat în această ramură. Mai accentuată decât în alte compartimente ale economiei, creșterea numărului lucrătorilor reflectă, pe de o parte, tendințele din evoluția fenomenului turistic și, pe de altă parte, caracteristicile muncii în acest sector.

Față de evoluția globală, situația diferă sensibil de la o țară la alta. Astfel, țările situate în top în privința circulației turistice – precum Franța, Spania, SUA – se caracterizează și printr-o bună dotare cu personal, cu ponderi importante ale acestuia în totalul forței de muncă, în al doilea rând se situează țări lansate relativ recent în circulația turistică, țări emițătoare ca Marea Britanie, Germania. Un grup distinct îl formează țările cu tradiție în turism și unde ponderea lucrătorilor în turism, relativ ridicată, se menține constantă.

Cercetători străini apreciază diversitatea angajaților din acest sector apreciind că în unele zone geografice, turismul și ospitalitatea oferă un mediu atractiv, un statut înalt, condiții competitive și salarii bune, care au o cerere mare pe piața muncii, însă la polul opus se află, de asemenea, personalul necalificat, fiindu-i caracteristice condiții slabe, salarii mici, fiind recrutat din grupuri dezavantajate social, neavând abilitățile și profesionalismul cerute acestui sector de activitate[1].

În caracterizarea forței de muncă, alături de aspectele cantitative, ne interesează și mutațiile structurale. Cea mai frecvent întâlnită modalitate de grupare a lucrătorilor o reprezintă funcția îndeplinită. Astfel, din punct de vedere al sectorului în care lucrează avem personal ocupat în[2]: hotelărie, reprezentând, la scară globală, 40-50% din total; alimentație, cu 30-40%; agenții de voiaj, circa 5%; administrația a turismului, 1-2%; alte sectoare ale industriei turistice, cu 3-4%. Din punct de vedere al rolului sau importanței funcției, lucrătorii din turism îndeplinesc: funcții directe – în hotelărie, alimentație, agenții de voiaj, transport – 90% din totalul angajaților; funcții indirecte – în sectoarele cultural-sportive, recreative și de divertisment – 10% din personal.

Din punct de vedere al pregătirii profesionale: Cadre de conducere cu studii superioare – 10%; tehnicieni cu studii medii și superioare de specialitate – 8%; personal de bază având calificare de specialitate – 42%; personal de bază fără calificare – 40%. Structura lucrătorilor în funcție de statutul profesional evidențiază că peste 90% din angajați au statutul de salariați, 7,3% patroni și aproape 3% lucrători pe cont propriu[3]. Și pe viitor se preconizează o creștere a numărului și ponderii lucrătorilor din turism, paralel cu o diversificare a profesiunilor, ca rezultat al adaptării la evoluțiile cererii.

#### Bibliografie

1. Rodica Minciu, Op. cit., p. 205 Economia Turismului, Ed. Uranus, București, 2001
2. Baum, T. Managing Human Resources in the European Hospitality and Tourism Industry – A Strategic Approach. Chapman and Hall, London., p. 151
3. . Rodica Minciu, Op. cit., p. 207 18. Economia Turismului, ediția a III-a, revizuită și adăugită, Ed. Uranus, București, 2005
4. Universitatea „Petre Andrei” din Iași, Economia Turismului, suport de curs în format electronic, p. 3

Student : Petre Sabina Andreea  
Universitatea Hyperion București  
Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației

Adicțiile reprezintă o categorie de tulburări psihice caracterizate printr-o dorință compulsivă de a consuma substanțe sau de a repeta anumite comportamente, în ciuda consecințelor negative evidente. Acest articol oferă o perspectivă psihologică asupra tipurilor de adicții, cauzelor profunde, impactului social și individual, precum și posibilelor strategii de intervenție și prevenție.

## 1. Definirea adicției

Adicția este o afecțiune psihologică și comportamentală cronică, caracterizată prin pierderea controlului asupra unui comportament sau a consumului unei substanțe. Ea presupune o nevoie compulsivă, toleranță crescută și sevraj în absența obiectului adicției. Conform Organizației Mondiale a Sănătății (OMS), adicția este o tulburare complexă, cu implicații biologice, psihologice și sociale.

## 2. Tipuri de adicții

Adicțiile se pot împărți în două categorii majore:

- Adicții de substanță: alcool, nicotină, droguri (cocaină, heroină, canabis, medicamente psihotrope etc.).
- Adicții comportamentale: jocuri de noroc, mâncat compulsiv, dependența de internet, sex, muncă sau cumpărături.

O tendință recentă este creșterea adicțiilor comportamentale, în special în rândul adolescenților și tinerilor, favorizate de tehnologie și rețelele sociale.

## 3. Cauze și factori favorizanți

Cauzele adicțiilor sunt multiple și interdependente:

- Factori biologici: predispoziția genetică, dezechilibre neurochimice (dopamina joacă un rol esențial în sistemul de recompensă).
- Factori psihologici: tulburări afective (anxietate, depresie), traume, atașament nesecurizant.
- Factori sociali: lipsa suportului familial, presiunea grupului, marginalizarea socială, stresul cotidian.

## 4. Consecințele adicției

Adicțiile afectează individul pe multiple planuri:

- Fizic: deteriorarea stării de sănătate (hepatie, cancer, boli cardiovasculare etc.).

- Psihic: depresie, psihoză, tentative de suicid.
- Social: izolare, pierderea locului de muncă, conflicte familiale, delicvență.

De asemenea, costurile economice ale adicțiilor sunt uriașe la nivelul sistemului de sănătate și justiție.

#### 5. Prevenția și tratamentul

Intervenția timpurie este esențială. Programele eficiente includ:

- Psihoterapia individuală și de grup (ex: terapia cognitiv-comportamentală).
  - Tratatamentul medicamentos în cazul adicțiilor de substanță.
  - Reabilitarea și reintegrarea socială.
- Educația preventivă în școli, familie și comunitate.

Modele eficiente precum cel bio-psiho-social sau abordarea motivațională sunt din ce în ce mai utilizate.

#### Bibliografie

- American Psychiatric Association. (2013). \*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders\* (5th ed.).
- Gabor Maté. (2010). \*In the Realm of Hungry Ghosts: Close Encounters with Addiction\*. North Atlantic Books.
- Neamțu, G. (2016). \*Psihologia dependenței\*. Editura Polirom.
- World Health Organization. (2023). \*Substance use\*. Retrieved from <https://www.who.int>

## BENEFICIILE MENTORATULUI ASUPRA CALITĂȚII ACTULUI DIDACTIC

Prof. Mirea Cosmin Nicolae,  
Colegiul Tehnologic „Grigore Cerchez”, București

Orice demers didactic trebuie să se afle sub egida conceptului de calitate. De-a lungul timpului s-au formulat foarte multe definiții pentru conceptul de calitate.

Printre cele mai cunoscute și cuprinzătoare definiții ale calității se numără următoarele: „calitatea înseamnă conformitatea cu cerințele” (Crosby, 1987, citat în Hoyer & Hoyer, 2001, p. 54), „calitatea înseamnă satisfacția clienților” (Ishikawa, 1985; Deming, 1988, citați în Hoyer & Hoyer, 2001, pp. 55-57), „calitatea înseamnă caracteristicile produsului care satisfac nevoile clienților și înseamnă lipsa deficiențelor” (Juran, 1988, citat în Hoyer & Hoyer, 2021, p. 58). Adaptând aceste definiții în relația dintre mentor și persoana mentorată se înțelege că mentorul trebuie să desfășoare activitatea de mentorat, astfel încât să repecte cerințele impuse de standarde sau de persoana mentorată, iar nevoile persoanei mentorate să fie satisfăcute. În context educațional, persoana mentorată poate să fie studentul care se pregătește să îmbrățișeze cariera didactică, dar poate să fie și un cadru didactic care simte nevoia de a-și îmbunătăți abilitățile didactice. În același context, mentorul este un cadru didactic. Astfel, în context educațional, mentoratul înseamnă colaborarea dintre un cadru didactic experimentat și un novice sau un profesor debutant, al cărei scop este sprijinirea profesorului debutant de către profesorul experimentat (Asociația Didakticos Timișoara, 2021). În funcție de numărul profesorilor mentori, în practica pedagogică există mai multe modele de mentorat, de exemplu Supravegherea individuală și profesorul cooperant. Acest model presupune ca profesorul debutant să fie supravheat de profesorul mentor și de un profesor cooperant. Un alt model este Supravegherea multiplă și profesorul cooperant. Acest model presupune ca profesorul debutant să fie îndrumat de mai mulți profesori mentori și alți doi profesori cooperanți (Bonilla & Rivera, 2008). Avantajele constau în faptul că profesorul debutant va beneficia de sfaturile mai multor profesori experimentați și nu doar de sfaturile unui singur profesor. De asemenea, adevăratele beneficii ale mentoratului pentru persoanele mentorate constau în „reducerea sentimentului de izolare, stimularea încrederii și a stimei de sine, îmbunătățirea capacității de autorefecție și a capacității de a rezolva probleme” (McIntyre & Hagger, 1996, citați în Hobson et al., 2009, p. 209). Alte beneficii ale mentoratului constau în îmbunătățirea comportamentului profesorilor debutanți, abilităților de management al clasei de elevi (Moor, et al., 2005). Mai mult, unele studii indică faptul că participarea profesorilor debutanți în programe de mentorat scade probabilitatea ca aceștia să părăsească sistemul educațional în viitorul apropiat

(Ingersoll & Smith, 2004; Pogrud & Cowan, 2013). Altfel spus, retenția profesorilor debutanți reprezintă un avantaj pentru sistemul educațional, deoarece se poate satisface nevoia de forță de muncă. Incontestabil, beneficiile pe care mentoratul le are asupra persoanei mentorate transcend către beneficiarul final al educației, în sensul că odată cu reducerea sentimentului de izolare, stimularea stimei de sine, creșterea capacității de a rezolva probleme și îmbunătățirea abilităților de management al clasei de elevi ar trebui să crească și capacitatea persoanei mentorate de a pune elevul în centrul actului didactic și de a răspunde nevoilor acestuia.

Mentoratul are o importanță deosebită pentru toate cadrele didactice, mai ales pentru cadrele didactice care predau discipline economice care au și o parte de stagii de pregătire practică. În fond, cultura de specialitate răspunde mai degrabă la întrebarea Ce trebuie făcut?, iar activitățile practice răspund la întrebarea Cum trebuie făcut?. Drept urmare, programul de mentorat este indispensabil cadrelor didactice care predau discipline economice care au și o parte de stagii de pregătire practică deoarece, înainte de începerea actului didactic, cadrele didactice trebuie să găsească răspunsul la cele două întrebări menționate anterior, iar unul dintre cele mai facile și viabile moduri de a găsi răspunsurile este un program de mentorat.

În concluzie, mentoratul reprezintă o soluție pentru rezolvarea unor probleme, neclarități sau dileme pe care le au profesorii debutanți și nu numai, dar reprezintă și o adevărată piatră de temelie pentru formarea profesională a cadrului didactic, iar în cele din urmă, roadele mentoratului se vor regăsi în calitatea actului didactic.

#### Bibliografie:

- Asociația Didakticos Timișoara (2021), Mentoarat în educație. Suport de curs. [online], disponibil la <<https://www.studocu.com/ro/document/universitatea-romano-americana-din-bucuresti/management-general/mentorat-in-educatie-suport-curs-2022/22327220>>, [Accesat la 22 Noiembrie 2022].
- Bonilla, S. X., & Rivera, P. M. (2008), Mentoring in pre-service teaching: from reflection on practice to a didactic proposal. *Actualidades Pedagógicas*, 79-90, nr. 52.
- Hobson, A. J., Ashby, P., Malderez, A., & Tomlinson, P. D. (2005), Mentoring beginning teachers: What we know and what we don't. *Teaching and Teacher Education*, 207-216, Vol. 25.
- Hoyer, R. W., & Hoyer, B. B. (2001), What is quality? Learn how each of eight well-known gurus answers this question, [online], disponibil la <[https://www.academia.edu/download/39310727/Que\\_es\\_calidad\\_-\\_Clase\\_1.pdf](https://www.academia.edu/download/39310727/Que_es_calidad_-_Clase_1.pdf)>, [Accesat la 22 Noiembrie 2022].
- Ingersoll, R., & Smith, T. (2004), Do Teacher Induction and Mentoring Matter? [online], disponibil la <[https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1134&context=gse\\_pubs](https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1134&context=gse_pubs)>, [Accesat la 23 Noiembrie 2022].
- Moor, H., Halsey, K., Jones, M., Martin, K., Stott, A., Brown, C., & Harland, J. (2005), Professional Development for Teachers Early in their Careers: An Evaluation of the Early Professional Development Pilot Scheme. [online], disponibil la <<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED502602.pdf>>, [Accesat la 23 Noiembrie 2022].
- Pogrud, R. L., & Cowan, C. (2013), Perceptions of a Statewide Mentor Program for New Itinerant Vision Professionals. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 351-362, Vol. 107, nr.5.

## NEA POTIDEA – DESTINAȚIE DE VACANȚĂ

Autor: Prof. Cosma Florentina  
Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez

### Caracteristici geografice și istorice

Situată la intersecția dintre partea continentală a Greciei și Brațul Kassandra al Peninsulei Halkidiki, localitatea Nea Potidea a fost întemeiată de coloniștii corinteni în jurul anului 600 î.H. avându-l drept patron spiritual pe zeul mării, Poseidon. Satul a primit numele de Kassandra în jurul anului 316, apoi a intrat sub dominație romană și s-a dezvoltat mai ales din punct de vedere economic. Cetatea ridicată de romani, refăcută mai târziu de către venețieni și ocupată mai apoi de otomani se poate admira astăzi în zona portului, o poziție strategică la intrarea pe brațul Kassandra.

Pe locul vechii așezări Potidea a fost fondată, în 1922, Nea Potidea, de către refugiații din Tracia de Est.

În prezent, Nea Potidea are în jur de 1600 locuitori permanenți, iar pe timp de vară primește mii de turiști din diferite țări, dar și greci care vin aici să se relaxeze în weekend-uri, grație apropierii față de Salonic.

### Accesibilitate

Accesul se realizează ușor datorită apropierii de Salonic (68 km) iar distanța de la București până la Nea Potidea este de 750 km.

Stațiunea se bucură de un climat mediteranean cu veri călduroase și temperaturi ridicate mai ales în lunile iulie și august când temperaturile pot depăși 30 de grade. Toamna temperaturile se păstrează plăcute, cu o medie de 27 grade, iar sezonul turistic se poate prelungi până în octombrie.

### Infrastructura turistică

Astăzi stațiunea atrage turiști în special din zona balcanică și Europa Centrală, oferind un mediu liniștit, ideal pentru familii și pentru turismul de relaxare. Facilitățile turistice sunt variate: hoteluri, vile de vacanțe, restaurante, centre de sporturi nautice, spații de camping și un port turistic modern.

### Resurse turistice și provocări

Plajele cu nisip fin și apele limpezi ale Golfului Toroneos reprezintă principalele atracții ale stațiunii. Măslinii, pinii, arbuștii aromatici completează cu succes tabloul pitoresc al regiunii.

Apa mării înregistrează o medie de 25 de grade în timpul sezonului iar plaja stațiunii este premiată cu steagul Blue Flag și amenajată cu șezlonguri și umbrele pe multe dintre segmentele sale.

### Concluzii

Nea Potidea se conturează drept o stațiune cu un complex potențial, ce îmbină resursele naturale cu cele culturale într-un cadru geografic deosebit. Localitatea are șansa de a deveni un exemplu de bună practică în materie de turism durabil, cu condiția implementării unor politici integrate de protejare a patrimoniului și de conservare a mediului.

Dezvoltarea unor proiecte de restaurare a obiectivelor arheologice, crearea de centru de informare turistică, educarea turistică și a operatorilor economici în spiritul sustenabilității sunt măsuri esențiale în vederea valorificării complete a potențialului regiunii.

### Bibliografie:

- Ministerul Turismului din Grecia. (2023). Strategia de dezvoltare a turismului pentru Macedonia Centrală .

## **FIRMELE DE EXERCİȚIU ȘI SOLUȚIA TINERELOR GENERAȚII PENTRU PROMOVAREA RESPONSABILĂ A DESTINAȚIILOR AGROTURISTICE DIN JUDEȚUL PRAHOVA**

Prof. dr. Irimia Iacob Cati  
Colegiul "Ion Kalinderu" Bușteni

Stațiunile agro turistice de pe Valea Prahovei sunt cunoscute pentru frumusețea naturală, atracțiile culturale și ospitalitatea lor. Cu toate acestea, promovarea sustenabilă a acestora, modernă și profund conectată la comunitate rămâne o provocare actuală.

În acest context, firmele de exercițiu devin un instrument valoros, oferind elevilor ocazia de a contribui activ la dezvoltarea economică, a producției locale și a imaginii regiunii (Nedelea, 2010).

Scopul este clar cel de a promova stațiunile agroturistice pentru a îmbunătăți vizibilitatea regiunii ca destinație de turism responsabil, autentic și durabil. Viziunea este una ambițioasă ce include valorificarea superioară a identităților teritoriale printr-un program multidisciplinar și multimedia, în care firmele de exercițiu joacă un rol central (Hristescu & Popă, 2017).

Astfel, principalele obiective strategice pot să vizeze:

- Sustenabilitate prin calitatea și originalitatea produselor și serviciilor locale;
- Marketing eficient, adaptat publicului țintă, bazat pe promovare digitală, storytelling și conținut multimedia;
- Sprijin pentru economia locală, în special pentru producători, pensiuni, restaurante și meșteșugari (Zaharia, 2018);
- Crearea de platforme digitale de informare, promovare și interacțiune cu turiștii și localnicii.

Serviciile specific pe care le pot realiza Firmele de exercițiu în cadrul laboratorului tehnologic se pot concretiza în mini ghidurile locale ce pot să aducă un aport la dezvoltarea turismului prin:

1. Oferirea de informații referitoare la:
  - Adrese și telefoane utile;
  - Programul instituțiilor publice și culturale;
  - Ghiduri de orientare în stațiuni.

## 2. Oferirea informațiilor dinamice prin:

- Listarea actualizată a producătorilor locali, pensiunilor și restaurantelor;
- Calendarul evenimentelor culturale și sportive;
- Campanii sezoniere de promovare a obiceiurilor locale.

## 3. Editare de conținut editorial original prin:

- Poveștile locului, legende, tradiții;
- Prezentări de pensiuni/restaurante/producători locali;
- Fotoreportaje și interviuri cu localnici (Drăghicescu, 2020).

Un exemplu de eveniment propus ca sursă practică de promovare pentru laboratorul de turism poate fi reprezentat de organizarea și promovarea unor activități locale precum:

- "Valea Doftanei Fest" – festival tradițional cu muzică și dansuri populare;
- "Concurs de tir vânătoresc" organizat în zona Barajului Paltinul;
- Teatrul în aer liber „Ciobănașul fericit”;
- "Trans Baiu Tour" – concurs MTB;
- Crosul „Tinerețe fără bătrânețe” – alergare montană.

Toate aceste activități pot să devină reale dar și surse de conținut prin realizare de fotografii, filme video, articole pentru publicarea în revistele școlilor, conducând la experiențe de învățare aplicată, perfect integrate într-un model educațional modern (Baciu, 2022).

Publicul țintă căruia i se adresează aceste activități este format din:

- Turiști români și străini în căutare de experiențe autentice;
- Localnici dornici să redescopere comunitatea lor;
- Producători locali interesați de promovare;
- Agenții de turism, firme de evenimente, organizatori de activități sportive.

Pentru aceste activități de laborator tehnologic care se pot integra foarte bine în cadrul orelor de specialitate se pot folosi platforme specifice și instrumente precum:

- Aplicații mobile de informare turistică;
- Site-uri web cu informații locale și calendare de evenimente;
- Albume digitale, ghiduri, newslettere;
- Podcasturi, bloguri și videoclipuri de promovare.

În concluzie, Firmele de exercițiu reprezintă laboratoare virtuale de creativitate și antreprenariat, unde tinerii învață să colaboreze, să creeze și să promoveze destinații turistice inedite.

Cu sprijinul comunității locale și al școlilor, acești tineri pot transforma la prppriu în viitor Valea Prahovei într-o destinație model pentru turismul responsabil din România, unde tehnologia, tradiția și educația se întâlnesc în cel mai bun mod cu putință.

### **Bibliografie**

- 1. BACIU, L. (2022), \*Educația antreprenorială și dezvoltarea turismului rural\*, Editura Pro Universitaria, București.**
- 2. DRĂGHICESCU, M. (2020), \*Promovarea patrimoniului local prin inițiative educaționale\*, Revista „Educația Azi”, nr. 4.**
- 3. HRISTESCU, A., & POPĂ, D. (2017), \*Identitatea teritorială și brandingul turistic local\*, Editura Tritonic, București.**
- 4. NEDELEA, A. (2010), \*Turismul rural și agroturismul în România\*, Editura Economică.**
- 5. ZAHARIA, M. (2018), \*Marketing în turismul rural\*, Editura ASE, București.**