



# Sesiuni de comunicări științifice

ISSN 3061-6891

ISSN-L 3061-6891

NR 10 OCTOMBRIE

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

### Redactor Economic /Comerț:

Prof Jr Ec Dr Simina Andora

Prof Ec Dr

Jeleascov Monica

## Cuprins :

|                                                                                                                                                                                                   |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1.Sesiunea de comunicări științifice cu tema,, Metode de dezvoltare a calității serviciilor de primire turistică cu funcțiune de cazare din România și din Europa ”.Prof ec dr Petre Daniela..... | pag 5. |
| 2.Comentariu teologic la Iacov 1:4 Prof Dr Pușcaș Gabriela.....                                                                                                                                   | pag7   |
| 33.Agroturismul și cultura brânzeturilor – o nouă formă de turism sustenabil Prof. Dr. Albu Ovidiu-Toma.....                                                                                      | pag 9  |
| 4.Hub-uri urbane de transport public- Studiu de caz -Piața Eroii Revoluției - Prof Damian Adriana & Prof Cucu Sorin .....                                                                         | pag 11 |
| 5. Etica și contabilitatea în sectorul de servicii turistice în România.- Prof Ec Dr Ionescu Luminița.....                                                                                        | pag 13 |
| 6. Eseu argumentativ - Conflictul la nivelul clasei de elevi -Prof Ec Dr Mirea Cosmin Nicolae .....                                                                                               | pag 16 |
| 7.Rolul agențiilor de turism și al touroperatorilor în dezvoltarea sectorului turistic Prof Ing Dr Săndulescu Dumitru .....                                                                       | pag 21 |
| 8.Analiza conceptului de flexicuritate pe piața forței de muncă Prof Ec Dr Jeleascov Monica.....                                                                                                  | pag 24 |
| 9.Importanța activităților practice pentru integrarea elevilor pe piața muncii în agroturism Prof. dr. ec. Irimia Iacob Cati.....                                                                 | pag 26 |
| 10. Strategia de marketing a companiei Prof Ing Dr Săndulescu Dumitru .....                                                                                                                       | pag 27 |
| 11.Structura și principiul de funcționare al dispozitivelor audio - Prof. Dr. Ing. Oncescu Liliana Alexandrina.....                                                                               | pag 28 |

**Sesiunea de comunicări științifice cu tema**  
**„ Metode de dezvoltare a calității serviciilor de primire turistică cu funcțiune de cazare din**  
**România și din Europa ”**

**Prof Ec Dr Petre Daniela**  
**Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez București**

În țara noastră calitatea serviciilor turistice este într-o continuă dinamică datorită tehnologiei avansate. În cadrul activității desfășurate astăzi au fost prezentate multiple interpretări ale elevilor privind metodele de dezvoltare a calității serviciilor de primire turistică cu funcțiune de cazare atât din țară cât și din alte țări din Europa.

Elevii claselor IX- XII au fost coordonați de echipa profesorilor doctori din cadrul Colegiului Tehnologic „Grigore Cerchez” București formată din : Prof ec dr Petre Daniela, Prof ec. dr Mirea Cosmin, Prof ing.dr Damian Adriana, Prof ing dr Rădoi Eugenia Dorina, Prof.ec dr Albu Ovidiu Toma, Prof jr ec dr Simina Andoa Evelina , Prof dr Pușcaș Gabriela.

Metoda de lucru pe grupe este unul din aspectele importante pentru desfășurarea activității având ca scop dezvoltarea spiritului de echipă , precum și dezvoltarea abilităților de public speaking .

Unul din motivele pentru care elevii sunt motivați să participe la această activitate îl reprezintă interesul pentru abordarea și descoperirea noilor informații în domeniile: turism, tehnic, religie, economic și comerț.





Comentariu teologic la Iacov 1:4  
Prof Dr Pușcaș Gabriela  
Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez București

Conjuncția coordonativă δὲ marchează opoziția, iar substantivul ὑπομονή și adjectivul τέλειος, repetate fiecare de două ori, formează o gradație. Aceeași turnură, care coincide cu un climax, se regăsește în Epistola către Romani, capitolul 5, versetele 3-4:

„Și nu numai atât, ci ne laudăm și în suferințe, bine știind că suferința aduce răbdare, iar răbdarea încercare, și încercarea nădejde.”

De asemenea, în capitolul 10, versetul 14 din aceeași Epistolă către Romani:  
„Dar cum vor chema numele Aceluia în Care n-au crezut? Și cum vor crede în Acela de Care n-au auzit? Și cum vor auzi fără propovăduitor?”

Sau în a Doua Epistolă a Sfântului Petru, capitolul 1, versetele 5-6:

„Pentru aceasta, puneți și din partea voastră toată sânguința și adăugați la credința voastră: fapta bună; iar la fapta bună: cunoștința; la cunoștință: înfrânarea; la înfrânare: răbdarea; la răbdare: evlavia.”

Verbul ἐχέτω este utilizat aici la modul imperativ, timpul prezent, diateza activă, exprimând ideea de durată.

Nevoința răbdării presupune o încordare interioară permanentă. Ea este legată de purtarea cu greutate a vrăjmășiilor din afară și a marilor războaie dinlăuntru. Ispitele, care cer răbdare, nu se încheie întotdeauna cu îmbogățirea sufletului și cu biruință, ci adesea prin păcat. Aceasta se datorează insuficienței credinței, nădejdi și dragostei către Dumnezeu, dar și marelui atașament față de bunurile lumești.

Sfântul Marcu Ascetul scrie:

„Întâmplarea cea rea dă înțeleptului (răbdătorului) prilejul să-și aducă aminte de Dumnezeu; iar acelaia care L-a uitat pe Dumnezeu, ea îi aduce amărăciune. Trebuie să crezi puternic în Dumnezeu, să nădăjduiești cu tărie că vei primi de la El milă, să-L iubești cu îndestulare și cu putere să năzuiești la mântuire, ca să poți răbda vrăjmășiile vieții cu folos

pentru sufletul tău. Fără evlavie și smerenie nu există adevărata răbdare. Și fără răbdare nu se ajunge la nicio virtute, pentru că virtutea dobândită fără lupte nu este trainică. Cea mai înaltă virtute este dragostea de încercări, prin biruirea ispitelor.”

După Sfântul Ioan Gură de Aur:

„Răbdarea aduce celor păcătoși iertarea păcatelor, iar celor drepti încă și mai mare întărire în virtute și o mai mare îndrăznire în rugăciunea îndreptată către Dumnezeu. Dacă sfinții cei drepti și mucenicii au avut rugăciune făcătoare de minuni, aceasta se datorează faptului că, prin îndelungata lor răbdare, și-au arătat marea lor dragoste către Hristos, pentru Care, cu bucurie, au jertfit totul, chiar și viața.”

Înaintarea în viața duhovnicească se poate realiza doar prin smerita răbdare în suportarea necazurilor. Din starea ei pasivă, răbdarea trebuie să devină activă și să se prefacă într-o hărnicie permanentă în grădina duhovnicească, având ca rezultat desăvârșirea.

Desăvârșirea firii și a vieții omenești este idealul învățaturii Bisericii creștine. Starea de desăvârșire la care este chemat nu numai omul, ci și întreaga făptură, nu este o cucerire mecanică, involuntară sau haotică, ci presupune un efort conștient și voluntar.

În concepția sa, Sfântul Chiril al Ierusalimului consideră că starea de desăvârșire creștină este o stare de virtute, o stare morală superioară, ce se obține printr-o lucrare în care se împletește harul dumnezeiesc cu efortul omenesc, într-o colaborare plină de roade.

Răbdarea, așadar, nu trebuie să fie o virtute pasivă, ci una activă, care produce o operă perfectă, căreia nu-i lipsește nimic. Sensul de perfecțiune este dat aici de adjectivul τέλειον — opus perfectum („lucrul desăvârșit”). Prin aceasta, Sfântul Iacov înțelege o activitate care dezvoltă perseverența creștină, într-un mod conform unui plan divin, idealmente perfect.

Această operă perfectă — acest ansamblu de virtuți care formează omul desăvârșit, rod al răbdării — este consecința imediată a întăririi în credință. Tot ca rod al răbdării, Sfântul Apostol Petru indică evlavia:

„La cunoștință: înfrânarea; la înfrânare: răbdarea; la răbdare: evlavie” (II Petru 1,6).

Sfântul Apostol Pavel vorbește despre virtutea dovedită, care produce speranța, nădejdea:

„Și răbdarea, încercare; iar încercarea, nădejde” (Romani 5,4).

„Căci aveți nevoie de răbdare, ca, făcând voia lui Dumnezeu, să dobândiți făgăduința” (Evrei 10,36).

În cazul Sfântului Apostol Pavel, așa cum a procedat cu sine însuși, tot astfel se poartă și cu convertiții săi, îndemnându-i cu îndelungă răbdare și ajutându-i neobosit să se ridice de la starea de prunci la aceea de bărbat desăvârșit (άνήρ τέλειος), împărtășindu-le fiecăruia adevărurile Evangheliei mântuirii după măsura pregătirii sale creștine.

Bibliografie :

BIBLIA BOR: „Iar răbdarea să-și aibă lucrul ei desăvârșit, ca să fiți desăvârșiți și întregi, nelipsiți fiind de nimic.”

BGT Iacov 1:4: Τὸ δὲ ἔργον τῆς ὑπομονῆς τέλειον ἔχέτω, ἵνα ᾗτε τέλειοι καὶ ὁλόκληροι ἐν μηδενὶ λειπόμενοι.

VULG. Iacov 1:4: Patientia autem opus perfectum habeat, ut sitis perfecti et integri in nullo deficientes

## **Agroturismul și cultura brânzeturilor – o nouă formă de turism sustenabil**

**Prof. Dr. Albu Ovidiu-Toma**

**Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez**

În ultimii ani, conceptul de „terroir” a devenit un element central în dezvoltarea unui nou tip de turism, bazat pe redescoperirea tradițiilor locale și pe promovarea produselor autentice. În Franța, acest concept a inspirat apariția unui turism dedicat degustării de brânzeturi, în care vizitatorii sunt invitați să descopere legătura profundă dintre pământ, climă, oameni și produsele lor. Această formă de turism se înscrie tot mai mult în tendința globală de valorificare a patrimoniului gastronomic și cultural local.

### **Agroturism și experiență culinară**

Acest tip de experiență culinară se leagă în mod natural de agroturism, o ramură a turismului rural care încurajează interacțiunea directă dintre turiști și mediul agricol. În satele franceze, fermele devin locuri de vizitare, iar producătorii locali îi primesc pe oaspeți pentru a le arăta procesul tradițional de fabricare a brânzeturilor. Vizitatorii pot participa la activități agricole, pot învăța despre tehnicile de maturare și pot degusta produse realizate pe loc. Prin aceste activități, se consolidează relația dintre producător și consumator, dar și respectul pentru resursele naturale.

### **Sustenabilitate și dezvoltare rurală**

Dincolo de aspectul gastronomic, turismul de tip „terroir” și agroturismul promovează dezvoltarea sustenabilă a zonelor rurale. Ele oferă o sursă alternativă de venit pentru fermieri, contribuie la conservarea peisajului tradițional și sprijină menținerea meșteșugurilor locale. În plus, aceste activități creează o legătură emoțională între vizitatori și comunitățile rurale, stimulând dorința de protejare a mediului și a tradițiilor autentice.

Astfel, turismul brânzeturilor din Franța reprezintă mai mult decât o simplă activitate de degustare – este o experiență culturală și educativă, un exemplu de echilibru între tradiție și inovație. Inspirându-ne din acest model, și în România pot fi dezvoltate inițiative similare, prin care agroturismul să valorifice potențialul gastronomic local – fie că vorbim despre brânzeturi de munte, produse apicole sau vinuri tradiționale.

## Bibliografie

- Aleph News. (2024). Francezii dezvoltă un nou tip de turism bazat pe degustarea de brânzeturi – trendul are la baza conceptul „terroir”. Disponibil la:  
<https://alephnews.ro/travel/francezii-dezvolta-un-nou-tip-de-turism-bazat-pe-degustarea-de-branzeturi-trendul-are-la-baza-conceptul-terroir/>
- Ministerul Agriculturii și Turismului din Franța. (2023). Raport privind dezvoltarea agroturismului gastronomic.
- Comisia Europeană. (2022). Sustainable rural tourism and local food heritage. Bruxelles: European Commission.

## 1. Hub-uri de transport

Hub-urile de transport urban sunt puncte centrale în care se conectează diverse mijloace de transport, cum ar fi metroul, autobuzele, tramvaiele și trenurile. Tendința de extindere urbană a dus la modele de călătorie mai complexe și a diminuat atractivitatea transportului public. Timpii de călătorie și distanțele parcurse sunt în creștere în zonele urbane, ceea ce duce la mai puține destinații care pot fi atinse într-un timp limitat. Mobilitatea urbană durabilă este, prin urmare, una dintre prioritățile actuale ale factorilor de decizie. Mobilitatea durabilă își propune să abordeze trei provocări: reducerea congestiei, îmbunătățirea calității serviciilor de transport public pentru a realiza un transfer modal de la mașina privată la transportul public și promovarea modurilor de transport prietenoase cu mediul, cum ar fi mersul pe jos și mersul cu bicicleta.

Aceste trei provocări trebuie abordate prin măsuri menite să îmbunătățească calitatea serviciilor de transport public. Mulți utilizatori ai transportului public trebuie astăzi să facă transferuri între diferite moduri de transport pentru a-și finaliza călătoriile zilnice și, prin urmare, prioritățile principale în domeniul mobilității urbane sunt în prezent eficientizarea transferurilor și oferirea unei experiențe de călătorie fără probleme. Este necesară o înțelegere clară a comportamentului de călătorie și a nevoilor și așteptărilor consumatorilor. O altă variabilă cheie care influențează alegerile de călătorie este timpul total de călătorie, care include timpul de călătorie în vehicul, timpul de transfer și timpul de așteptare. Prin urmare, o bună conectivitate la stațiile și stațiile de transport public este esențială pentru eficacitatea generală a rețelei de transport (Iseki și Taylor, 2010).

Mai multe studii au abordat consecințele transferurilor intermodale și, mai precis, importanța optimizării timpului de transfer pentru călătoriile multimodale. Nodurile de transport joacă un rol cheie ca noduri ale rețelei de transport urban și reprezintă una dintre principalele măsuri implementate pentru a îmbunătăți utilizarea transportului public și a încuraja redistribuirea modală (Lopez-Lambas și Monzon, 2010).

## 2. Transportul public în București

Abordarea privind dezvoltarea rețelei de transport public variază în funcție de scenariile dezvoltate.

Scenariul Renew/Repair & Management are la bază proiectele deja antamate: M6 spre Aeroportul Internațional Henri Coandă, extinderea M4 spre Progresul și continuarea M5 până la stația Iancului. Extinderea rețelei de metrou în acest mod ar asigura că toate marile cartiere de locuințe colective ar avea acces la acest mijloc de transport public de mare capacitate, excepție făcând doar cartierele Rahova și Colentina deservite în prezent de tramvai care circulă în sit propriu. Tema principală a scenariului Renew/Repair & Manage rămâne reabilitarea liniilor de tramvai aflate într-o stare avansată de degradare (pe care au loc multiple deraieri), modernizarea rețelei de troleibuze și extinderea rețelei de benzi dedicate, intervenții care stau la baza unui sistem de transport public funcțional.

Prioritatea scenariului High Capacity Public Transport and Active Mobility în ceea ce privește transportul public de mare capacitate constă în extinderea rețelei de metrou spre cele

două cartiere mari de locuințe colective, Rahova și Colentina, care, în prezent nu beneficiază de acest tip de accesibilitate. Acest lucru va fi însoțit de îmbunătățiri ale conexiunilor cu localitățile din zona periurbană a Capitalei.

În scenariul Focus on Bucharest-Ilfov Connections sunt vizate extinderile de linii de tramvai către Ilfov, în corelare cu radialele (ex. spre Popești Leordeni, Bragadiru sau Chitila), pe când scenariul High Capacity Public Transport and Active Mobility se concentrează pe extinderea rețelei interne de linii de tramvai ale Capitalei, cu accent pe închiderea inelului median.

De asemenea, pornind de la prevederile legii privind mobilitatea urbană durabilă (155/2023) trebuie inclusă și delimitarea și operaționalizarea unei zone cu nivel scăzut de emisii. În plus, se propune construirea unor parcări rezidențiale multietajate, pentru a elibera și refuncționaliza un spațiu urban valoros. Acesta ar putea fi utilizat în favoarea dezvoltării infrastructurii pentru deplasări nemotorizate (realizare piste de biciclete, lărgire trotuare, etc.), a realizării benzilor dedicate pentru transportul public, etc.

Un exemplu notabil în București, care funcționează ca un hub important, este Piața Eroii Revoluției.

### 3. Analiza detaliată a hub-ului Eroii Revoluției

Context geografic și urban. Piața Eroii Revoluției este situată în sectorul 4 al Bucureștiului, la intersecția unor artere majore, precum Șoseaua Viilor, Calea Șerban Vodă, Șoseaua Olteniței, Bulevardul Pieptănari și Șoseaua Giurgiului.

În proximitate se află obiective de interes public precum: Parcul Carol I, Parcul Tineretului, Parcul Orașelul Copiilor, Mormântul Ostașului Necunoscut, Muzeul Gheorghe Grigore Cantacuzino, Cimitirul Eroii Revoluției, Cimitirul Bellu, Observatorul Astronomic, Academia Tehnică Militară, Colegiul Național Gheorghe Șincai, Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez, Palatul Național al Copiilor etc. Poziția sa strategică o face un nod esențial pentru transportul public.

Modalități de transport integrate. La Eroii Revoluției se întâlnesc mai multe sisteme de transport, facilitând intermodalitatea:

- Metrou: Stația de metrou Eroii Revoluției (M2) este una dintre cele mai circulante din rețea. Ea face legătura între sudul orașului (precum Berceni) și centrul, respectiv nordul Capitalei.
- Autobuze: Piața este un punct de oprire pentru numeroase linii de autobuz și troleibuz ale STB (Societatea de Transport București), care deservește atât zonele limitrofe, cât și alte cartiere. Linia 116 face legătura între cartierul Progresul și Piața Unirii, linia 232 între cartierul Brâncuși și Apărătorii Patriei și linia 323 între cartierul Ferentari și Piața Unirii.
- Tramvaie: Linia 7 face legătura între Gara Progresul și Bulevardul Unirii, Linia 25 conectează cartierul Militari cu Gara Progresul. O mențiune aparte o reprezintă liniile de tramvai 1 și 10, care deservește același traseu în sensuri diferite. Aceste linii urmează inelul median, conectând toate zonele Bucureștiului.

- Microbuze: Există și un flux de microbuze care deservește rute către localitățile periurbane. Liniile 418, 419, 420, 465 conectează localități aflate în sudul metropolei precum Copăcenii, Jilava, Vidra și 1 Decembrie cu Bucureștiul, având punct terminus Piața Eroii Revoluției.

**Funcționalitate și beneficii.** Hub-ul Eroii Revoluției servește mai multor scopuri vitale:

- **Conectivitate:** Permite navetiștilor care locuiesc în sudul Bucureștiului sau în comunele limitrofe să ajungă rapid în centrul orașului. Oamenii pot lăsa mașinile la marginea orașului și să folosească metroul.

- **Decongestionare:** Prin concentrarea rutelor de transport public, hub-ul ajută la reducerea traficului auto în zonele centrale. Fără un astfel de nod, mulți oameni ar fi forțați să folosească mașina personală.

- **Eficiență:** Schimbul rapid între mijloacele de transport (de exemplu, de la autobuz la metrou) reduce timpul total de călătorie.

**Provocări și viitor.** Deși funcțional, hub-ul are și provocări:

- **Infrastructură:** Spațiul de la suprafață poate fi aglomerat, iar modernizarea stațiilor de autobuz și a zonelor de așteptare este necesară pentru a îmbunătăți experiența pasagerilor.

- **Integrare tarifară:** Un sistem integrat de ticketing ar face trecerea între metrou și STB mult mai fluidă și ar încuraja și mai mult utilizarea transportului public.

**Concluzie.** Hub-ul de la Piața Eroii Revoluției este un exemplu concret de cum un punct de intersecție strategic al transportului public poate contribui la fluidizarea traficului și la îmbunătățirea mobilității urbane. Prin investiții continue în infrastructură și tehnologie, rolul său poate fi extins și mai mult.

## Bibliografie

1. Iseki, H. & Taylor, B., Style versus Service? An Analysis of User Perceptions of Transit Stops and Stations, *Journal of Public Transportation*, iulie 2010, pag. 23-48, <https://doi.org/10.5038/2375-0901.13.3.2>
2. María Eugenia Lopez-Lambas & Monzon, A., Private funding and management for public interchanges in Madrid, *Research in Transportation Economics*, 2010, pag. 323-328, <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2010.07.041>
3. Planul de mobilitate urbană durabilă pentru regiunea București- Ilfov, TPBI, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tpbi.ro/file/2025/07/R09-Raport-al-scenariilor-de-mobilitate.pdf
4. LEGE nr. 155 din 30 mai 2023 privind mobilitatea urbană durabilă, publicată în MONITORUL OFICIAL nr. 486 din 31 mai 2023

## Etica și contabilitatea în sectorul de servicii turistice în România

prof. dr. Luminița IONESCU

Colegiul Tehnologic "Grigore Cerchez", București

### Introducere

Sectorul de servicii turistice este în plină dezvoltare și are o influență notabilă asupra societății în general și a economiei regionale și naționale în special. Această activitate de servicii turistice presupune utilizarea unor resurse diverse, respective resurse naturale, umane, materiale, etc. care influențează comportamentul consumatorilor, dar și a altor persoane implicate în activitatea de management în turism. Ca urmare, se impune necesitatea elaborării unor norme de conduită, a unui ansamblu de reguli de comportare cu privire la derularea actelor de turism, mai exact cu particularizarea problematicii eticii în activitatea de turism. Profesioniștii contabili respectă principiile de etică, aplicând reglementările legale în vigoare cu privire la reflectarea în contabilitate a serviciilor turistice.1. Etica în sectorul de servicii turistice

Codul global de etică în turism[1], adoptat la 1 octombrie 1999 de către Adunarea Generală a Organizației Mondiale a Turismului, fiind apreciat ca un set de principii care ghidează actorii din turism (guverne, industrie, turiști) pentru a dezvolta un turism responsabil și durabil. Adoptat de Organizația Mondială a Turismului (OMT), acesta a fost ratificat de Adunarea Generală a Națiunilor Unite în 2001 și acoperă aspecte economice, sociale și de mediu. Acesta a creat un cadru de referință pentru diferiți actori (stakeholders) din domeniul turismului: societățile comerciale cu activitate hotelieră și de alimentație, agenții de turism detailiste și touroperatoare, companii aeriene, dar și administrația turismului, centrală sau locală (Minciu R, 2008).

[1] <https://www.untourism.int/global-code-of-ethics-for-tourism>

Conform Codului global de etică în turism, înțelegerea și promovarea valorilor etice comune umanității, cu o atitudine de toleranță și respect pentru diversitatea credințelor filozofice și morale, reprezintă atât fundamentul, cât și consecința turismului responsabil. Astfel, părțile interesate în dezvoltarea turismului și turiștii înșiși ar trebui să respecte tradițiile

\${pageNumberOnly}\${pageNumberOnly}

și practicile sociale și culturale ale tuturor popoarelor, inclusiv pe cele ale minorităților și ale popoarelor indigene și să le recunoască valoarea.

Astfel, serviciile turistice ar trebui desfășurate cu responsabilitate din partea agențiilor de turism și tour-operatoare, iar comunitățile și profesioniștii locali trebuie să se familiarizeze cu promovarea activităților turistice și să respecte turiștii, contribuind la o primire ospitalieră. Totodată, atât turiștii, cât și vizitatorii au responsabilitatea de a se familiariza, chiar înainte de plecare, cu caracteristicile țărilor pe care se pregătesc să le viziteze, astfel încât să fie conștienți de riscurile pentru sănătate și securitate inerente oricărei călătorii, și având obligația să minimizeze aceste riscuri[1].

[1] <https://www.untourism.int/global-code-of-ethics-for-tourism>

## 2. Etica în profesia contabilă

Contabilitatea în turism se exercită de către contabilii autorizați, experții contabili sau contabili angajați la unitățile hoteliere sau agențiile de turism. Aceștia respectă principiile de etică profesională, precum și conceptele de etică, morală și deontologie, conforme cu normele specifice de conduită în afaceri.

Codul etic național al profesioniștilor contabili din România aduce un plus de claritate eticii în profesia contabilă la nivel național și vine în sprijinul consolidării profesiei contabile la nivel global, scopul final fiind furnizarea unor servicii de calitate în slujba interesului public.

Codul etic național al profesioniștilor contabili din România a fost adoptat de către CECCAR[1] în cadrul Conferinței Naționale, organul de conducere al CECCAR și are caracter obligatoriu pentru toți membrii. Acesta este revăzut și actualizat permanent pentru a răspunde cerințelor legislative, dar și mediului de afaceri din România.

Continua modificare a cadrului juridic din România, ca urmare a adoptării și implementării directivelor europene a condus la o îmbunătățire permanentă a normelor profesionale, dar și a celor de etică în profesia contabilă. Astfel, sunt stabilite norme de conduită pentru profesioniștii contabili, precum și principii fundamentale ce trebuie respectate în vederea realizării obiectivelor stabilite în activitatea profesională.

Principiile fundamentale care sunt promovate de către Codul etic național al profesioniștilor contabili din România sunt următoarele :

- Integritatea;
- Obiectivitatea;

[1] [www.ceccar.ro](http://www.ceccar.ro) – Codul etic național al profesioniștilor contabili

- Competența profesională și prudența;
- Confidențialitatea;
- Conduita profesională (profesionalismul).

Acestea sunt aplicate consecvent de către profesioniștii contabili, indiferent de domeniul de activitate pe care îl au entitățile economice. În sectorul de servicii turistice, etica contribuie la dezvoltarea managementului în turism.

### Concluzii

În ultimii ani, etica și integritatea au devenit tot mai importante, în contextul globalizării și internaționalizării activității de servicii turistice. Se apreciază că turismul este un factor important al dezvoltării durabile, al protecției mediului și moștenirii culturale, iar etica în turism contribuie la dezvoltarea valorilor fundamentale, precum onestitatea și responsabilitatea socială. Profesioniștii contabili respectă principiile Codului de Etică, precum și confidențialitatea informațiilor cu privire la activitatea financiar-contabilă a entităților economice, inclusiv a celor din sectorul prestărilor de servicii turistice.

### Bibliografie

1. Diaconu E.,(2007), Managementul contabil în turism și alimentație publică, Editura Universitaria, Craiova, 2007
2. Dumitrana M. și colectiv(2008), Contabilitatea în comerț și turism, Editura Universitar, București, 2008
3. Feleagă N., Ionașcu I.(1998) Tratat de contabilitate financiară”, Editura Economic, București, 1998, pp. 31-32
4. Minciu R (2008), Codul Global de Etică în Turism - stadiul de implemetare, Revista Amfiteatru Economic nr. 23/2008

### I. Surse web:

1. [www.ceccar.ro](http://www.ceccar.ro) – Codul etic național al profesioniștilor contabili.
2. [www.untourism.int/global-code-of-ethics-for-tourism](http://www.untourism.int/global-code-of-ethics-for-tourism).
3. <http://www.mmuncii.ro> - Codul de etică și conduită profesională.

## Eseu argumentativ - Conflictul la nivelul clasei de elevi

prof. dr. Cosmin Nicolae MIREA

Colegiul Tehnologic "Grigore Cerchez", București

### Introducere

Cea mai neplăcută întâmplare dintr-o clasă de elevi este conflictul dintre aceștia sau dintre elevi și un cadru didactic. Dacă este gestionat corespunzător, conflictul se poate stinge înainte de escaladare, iar în caz contrar se poate ajunge și la agresiune verbală sau în cel mai rău caz la agresiune fizică. Ideea centrală este că într-o societate cu principii, valori și modele pozitive, conflictul în sala de clasă nu trebuie să existe.

De obicei, conflictul pornește de la diferența de opinii, protagoniștii încercând să își susțină opinia. Uneori, pentru a nu își asuma greșeala, unii oameni continuă să își susțină punctul de vedere chiar dacă știu că nu au dreptate. Conflictul poate fi interior, atunci când individul (elevul) are anumite frământări cu propria persoană, sau exterior, care presupune mai mulți actori și care apare în urma unei suprapuneri de interese, nevoi, opinii, etc.

Conflictul este structurat de regulă în cinci etape, și anume: dezacordul, confruntarea, escaladarea, deescaladarea și rezolvarea conflictului. În faza dezacordului apar opiniile diferite cu privire la anumite subiecte.

Confruntarea presupune susținerea opiniei și poate lua forma unei afirmații sau negații. În etapa escaladării se trece de obicei de la o dispută verbală la o dispută fizică (agresiunea fizică). În faza deescaladării apare fenomenul negocierii, apar anumite manifestări spontane, de exemplu trasarea unor concluzii. Faza rezolvării este diferită de faza deescaladării întrucât în cadrul rezolvării apare și o a treia entitate, și anume mediatorul, care are o oarecare poziție de superioritate. Mediatorul trebuie să fie absolut imparțial. La nivelul clasei de elevi, mediatorul este profesorul diriginte sau un alt cadru didactic.

### Susținerea tezei

Se spune despre conflict că are și efecte pozitive, precum inovarea, însă cele mai numeroase efecte sunt negative.

Conflictul în clasa de elevi va conduce cu siguranță pe de o parte la inhibarea anumitor elevi și pe de altă parte la extazul altor elevi, care vor avea încă un subiect de discuție, în speță conflictul dintre elevul "Popescu" și elevul "Ionescu". Elevul care iese "învingător" dintr-un conflict cu un alt elev va atrage antipatii și umilință din partea unor colegi, dar și compasiune din partea altor colegi. Elevul care iese "învingător" din conflict va atrage atenția și sprijinul anumitor colegi, dar și disprețul altor colegi. Grosso modo, conflictul la nivelul clasei de elevi formează două tabere, adică tabăra agresorului și tabăra agresatului.

O problemă gravă care poate surveni în urma unui astfel de conflict exterior este apariția conflictului interior la nivelul elevului agresat. Elevul agresat va începe să își pună o mulțime de întrebări, de exemplu (Să îi spun dirigintelui ce s-a întâmplat? Să le spun părinților ce se întâmplă la școală? Dacă spun cuiva, oare voi păți lucruri și mai rele?). Un aspect foarte important este faptul că ambii elevi trebuie și au nevoie de consiliere psihologică.

Un astfel de conflict de natură fizică poate atrage antipatie și din partea altor clase sau chiar din partea unor anumiți profesori. Dacă mediatorul, în speță profesorul, nu va interveni pentru rezolvarea unui conflict, elevul agresat va tinde să se interiorizeze, iar elevul agresor poate să tindă să își manifeste în continuare același comportament violent. De aceea este nevoie ca la nivelul clasei de elevi să se creioneze anumite principii, să se ofere modele pozitive de comportament și să se seteze norme de conduită morală explicite și chiar și implicite.

Conflictul la nivelul clasei de elevi poate conduce și la abandonul școlar, întrucât se fundamentează frica și vina, iar elevul simte protecția și căldura care i se oferă doar în cadrul familiei. Frica adâncește și mai mult conflictul interior, aceasta putând fi alimentată și de amenințare, de exemplu (Dacă mă spui cuiva că îți iau mâncarea în fiecare zi, te voi bate!). De asemenea, conflictul de la nivelul clasei de elevi poate conduce și la un conflict între elev și părinte, întrucât elevul va nega în primă instanță că are neplăceri la școală. Conflictul nu apare doar între elevi, ci poate apărea și între profesor și elevi/elev. La fel ca în cazul conflictului dintre elevi, și acest conflict apare pe baza suprapunerii unor păreri. Atât profesorul, cât și elevul pot înțelege greșit anumite intenții, de exemplu la fiecare oră de economie, elevul "X" este scos la tablă, însă intenția profesorului de bună credință este de a contribui la îmbunătățirea deprinderilor practice și la înțelegerea de către elev a noțiunilor explicate. Reversul medaliei este atunci când profesorul este frustrat din cauza elevului respectiv, în sensul că vorbește în timpul orei, deranjează ceilalți colegi. De la lucruri de genul acesta poate apărea conflictul între elev și profesor, în sensul că elevul va refuza să mai iasă la tablă, iar profesorul va uza de constrângerea prin notă. Un conflict tacit poate apărea și între ceilalți elevi și profesor, întrucât vor simți că profesorul oferă mai multă atenție unui singur elev. În esență, acest tip de conflict conduce în mod sigur la demotivarea elevilor.

Un alt motiv pe baza căruia elevii sunt în conflict cu profesorul sunt notele. Dacă elevii sesizează că profesorul acordă note după bunul plac și nu în funcție de merit și performanță vor apărea anumite neînțelegeri. Pentru a stopa astfel de neînțelegeri, profesorul are la îndemână un instrument de o mare importanță, și anume baremul de corectare.

Nu trebuie să existe conflict la nivelul clasei de elevi, întrucât elevii vor fi derutați, demotivați și inhibați, simțind într-o oarecare măsură că li se îngrădește dreptul la libera exprimare sau că nu mai au puterea necesară de a își exprima propriile opinii. Consider că pentru a stopa conflictele de la nivelul clasei de elevi trebuie să se seteze reguli și principii după care să funcționeze o clasă, adică fiecare profesor cu fiecare clasă să aibă anumite reguli după care se desfășoară ora, iar profesorul diriginte să seteze anumite principii pe care elevii să le respecte în timpul petrecut la școală, chiar poate și când ies pe porțile școlii. De asemenea, cheia pentru buna gestionare a conflictului dintre elevi sau dintre elevi și profesor este comunicarea. Elevul trebuie să le comunice părinților și profesorilor orice problemă întâmpină. Anticiparea obiecțiilor

Unii autori consideră că un conflict este și o sursă de inovație, însă nu cred că în acest mod se pot găsi cele mai eficiente soluții pentru anumite probleme. Tind să cred că inovația este adusă de conflict doar în cazuri foarte rare, întrucât de cele mai multe ori conflictul aduce cu sine stări de neliniște, anumite daune, etc.  
până în școală.

De asemenea, nu de puține ori am auzit din partea unor părinți replica ”bătaia e ruptă din rai” sau replica ”pe vremea mea, profesorii ne băteau și uite că am ajuns bine”. Tind să cred că pentru a se degreva într-o oarecare măsură de educația copiilor, părinții pun toată responsabilitatea educării copilului pe umerii profesorului. În acest caz unii profesori simt că dețin întreaga putere, dar și controlul total asupra elevului, iar de aici până la conflictul dintre profesor și elev mai este doar un pas. În esență, conflictul dintre profesor și elev nu trebuie să ajungă în faza escaladării, când de obicei se ajunge la agresiune fizică. Nu de puține ori au fost cazurile când profesorii erau agresați fizic de către elevi. De asemenea, corecția prin bătaie nu reprezintă o soluție pentru rezolvarea unor probleme sau pentru stingerea unui conflict, dimpotrivă, bătaia conduce spre conflictul interior. Părinții și profesorii care folosesc și cred în replicile mai sus enunțate trebuie să înțeleagă că societatea se schimbă, iar generațiile se formează pe baza unor modele diferite și în contexte (economice, politice) diferite.

Conflictul dintre elevi poate apărea foarte ușor, întrucât aceștia nu conștientizează consecințele, iar pentru apărarea propriului eu decid să recurgă la agresiunea fizică sau verbală. De asemenea, nu de puține ori am auzit replica ”ce să îi fac, e copil!?”

Asta e!”. Într-adevăr, orice om greșește, însă practica economică a dovedit de nenumărate ori că este mult mai bine să previi decât să constăți un anumit lucru. În esență, conflictul pornește și din pricina faptului că unii elevi nu prea au cei șapte ani de acasă și nu știu cum să își gestioneze comportamentul în situația unui conflict, iar părinții acestor elevii neagă acest fapt.

De foarte multe ori și profesorul de la clasă poate genera conflictul între elevi, deoarece acesta face diferențe între elevi, fără a-i jigni sau agresa. Un astfel de exemplu poate fi lauda excesivă a unor elevi. Cei lăudați se bucură de susținerea autorității supreme din clasa de elevi, iar ceilalți elevi se pot simți marginalizați.

Astfel poate apărea invidia, iar până la conflict mai e doar un pas. De aceea, profesorul trebuie să trateze toți elevii în mod echitabil, să recunoască valoarea unor elevi, însă să îi ajute și pe ceilalți elevi să se ridice la valoarea și performanțele elevilor pe care îi laudă și pe care îi dă drept exemplu în fața clasei. În acest mod, profesorul poate evita posibilele conflicte dintre elevi.

În esență, conflictul de la nivelul clasei de elevi trebuie evitat cu orice preț și nu trebuie să fie stimulat și încurajat sub nicio formă.

### Concluzii

Conflictul destabilizează clasa de elevi și în principal pe protagoniștii acestuia. În condițiile în care în întreaga lume se militează pentru pace, care ar mai fi rostul conflictului? Într-o societate evoluată, conflictul trebuie să mai constituie o cale de afirmare și de obținere a anumitor lucruri?

Conflictul la nivelul clasei de elevi are un impact negativ, motiv pentru care nu trebuie să existe. În cazul în care conflictul este iminent ar fi de bun augur să se intervină și să fie stopat încă din faza dezacordului sau chiar și în faza confruntării.

Situația cea mai favorabilă ar fi prevenirea acestuia.

De cele mai multe ori, conflictul dintre doi sau mai mulți elevi stârnește amuzamentul elevilor care ”stau pe margine”. În cazul în care conflictul trece prin toate etapele deja menționate, o parte din vină o au cu siguranță și elevii spectatori, întrucât unii dintre ei încurajează conflictul. Reversul medaliei ar fi ca elevii spectatori să adopte un comportament responsabil și să anunțe profesorul de serviciu, profesorul diriginte sau un alt profesor despre izbucnirea unui conflict.

În urma unui conflict, dacă elevii protagoniști nu beneficiază de consiliere psihologică din partea consilierului școlar, aceștia vor avea anumite traume pe termen lung, amintindu-și la anumite perioade de timp de evenimentul neplăcut.

De asemenea, conflictul poate contribui la formarea personalității elevului, însă într-o notă negativă, întrucât elevul își poate interioriza gândurile și acțiunile, ori va adopta o atitudine de fals învingător, considerând că este normal ca totul să i se cuvină de bunăvoie, iar dacă nu se va întâmpla acest lucru va apela la forța cuvintelor și în cele din urmă la forța fizică.

Pentru a evita posibilele conflicte dintre elevi sau dintre elevi și profesor, acesta din urmă poate fixa cu elevii anumite principii de comportament, de comunicare și de desfășurare a orelor, poate utiliza baremul de corectare pentru justificarea notelor.

De asemenea, starea conflictuală dintre elevi și profesor va avea repercursiuni și asupra disciplinei profesorului, în sensul că randamentul elevilor și dorința de învățare cu privire la disciplina predată de respectivul profesor vor scădea.

Concluzia generală este că un conflict, fie între elevi, fie între profesor și elevi trebuie să fie preîntâmpinat și stopat la timp, iar cele mai bune instrumente pentru a realiza aceste deziderate sunt comunicarea și transparența.

## ROLUL AGENȚIILOR DE TURISM ȘI AL TOUROPERATORILOR ÎN DEZVOLTAREA SECTORULUI TURISTIC

Dumitru Săndulescu[1]

Turismul este considerat un sector foarte important pentru creșterea economică, schimburile culturale și generarea de locuri de muncă la nivel mondial (UNWTO, 2022).

Agenții de turism și operatorii turistici au un rol mai important în atenuarea provocărilor cu care se confruntă industria turismului. Aceștia intermediază turiștii și furnizorii de servicii, oferă pachete, ghidează tururile și se străduiesc să ofere călătorii fără probleme. Astfel de operatori contribuie profund la dezvoltarea industriei prin turism durabil, satisfacția clienților și accesibilitatea la destinațiile turistice. În plus, prin campanii de marketing concepute cu înțelepciune, aceștia vor genera locuri de muncă, vor stimula economia locală și vor atrage turiști străini.

Cererea de experiențe de călătorie personalizate și servicii turistice digitale a evoluat rapid și a transformat în continuare industria, în care operatorii utilizează noi tehnologii pentru o interacțiune eficientă cu clienții. Cu toate acestea, sectorul continuă să sufere de constrângeri de reglementare, probleme de siguranță și concurență cu furnizorii de servicii nereglementați și informali. Orice efort orientat spre abordarea rolului operatorilor de turism și turism în dezvoltarea turismului va fi util în adaptarea politicilor și strategiilor fezabile pentru a consolida o industrie turistică durabilă și competitivă.

Încorporat ca parte a economiei și culturii unei țări, turismul funcționează foarte dinamic ca un ingredient important pentru creșterea economică și dezvoltarea culturală în multe țări. Operatorii de turism și turism acționează ca intermediari pentru a facilita activitățile turistice conexe și a ajuta la dezvoltarea infrastructurii, marketingului și îmbunătățirii calității serviciilor. În timp ce proiectează pachete de călătorie, promovează destinațiile și furnizează servicii de călătorie, operatorii de turism și turism joacă un rol semnificativ în industria turismului. Aceștia acționează ca un canal prin care turiștii accesează ofertele turistice oferite de hoteluri, companii aeriene și atracții locale.

Instrumente de marketing precum campaniile digitale, promovările pe rețelele sociale și participarea la expozițiile internaționale de turism i-au ajutat să atragă turiști (Kotler et al., 2018). Facilități specifice eficiente, cum ar fi transportul, cazarea și serviciile de management turistic, sunt esențiale pentru succesul industriei turismului.

[1] Prof. Dr. Colegiul Tehnologic Viaceslav Harnaj, Sector 1, București,  
miti.sandulescu@yahoo.com

În epoca actuală, turismul este, de asemenea, considerat unul dintre sectoarele vitale ale economiei și servește ca o activitate de agrement. Sectorul turismului a contribuit la PIB-ul mondial cu suma de 8,9 trilioane de dolari în anul 2019, aproximativ 10,3% din economia mondială (WTTC, 2020). Aceasta înseamnă că unul din zece locuri de muncă din lume poate fi găsit aici. Pentru a sublinia ideea, câteva cifre destul de mari se aplică unei singure piețe. De asemenea, turismul atrage turismul internațional pentru a oferi alimente pure. Odată cu pandemia de COVID-19, această vulnerabilitate a devenit vizibilă pentru multe economii a căror performanță depinde în mare măsură de turism, deoarece pandemia le reduce aflusul de vizitatori. Magnitudinea maximă a contracției suferită de aproape toate țările în ultimii 50 de ani, măsurată în studii de diferite scale ale contracției realizate de Fondul Monetar Internațional (FMI), indică o scădere economică a țărilor care permit călătoriile până la 12% din PIB-ul lor. De la emisiile de carbon la poluare și pierderea habitatului, turismul influențează mediul înconjurător într-o mare măsură datorită călătoriilor aeriene, cazării și recreerii.

Agenția de turism ar trebui considerată agenția de intermediere între călător și furnizorul de servicii în industria turismului. Astfel, agenția de turism va planifica și rezerva o excursie pentru turiști, împreună cu pachete de călătorie personalizate care să corespundă confortului și bugetului lor (Kotler et al., 2018).

Unele agenții IT se concentrează cu adevărat pe conectarea potențialilor călători cu diverse lucruri, cum ar fi zboruri, cazare, închirieri de mașini și pachete turistice. Astfel, aceste agenții au devenit globale, deserving o gamă largă de segmente și preferințe. Iată o prezentare generală a unor agenții de turism internaționale celebre.

Dinamica călătoriilor a evoluat, inaugurând o nouă eră a turismului care pune accent pe experiențele locale și serviciile personalizate (Kim și colab., 2025). Printre actorii cheie din acest peisaj transformator se numără agențiile de turism receptiv, entități esențiale care reduc decalajul dintre vizitatorii internaționali și destinațiile locale. Aceste agenții nu numai că facilitează aranjamentele de călătorie, dar oferă și cunoștințe și perspective aprofundate care îmbunătățesc experiența generală de călătorie. Agențiile de turism receptiv sunt entități specializate care acționează ca intermediari între turiștii internaționali și furnizorii locali de servicii. Acestea se caracterizează prin înțelegerea profundă a culturii, atracțiilor și nuanțelor logistice ale destinației, ceea ce le permite să creeze experiențe personalizate pentru vizitatori. De obicei, aceste agenții oferă o gamă largă de servicii, inclusiv planificarea itinerariului, rezervarea cazării, aranjamentele de transport și tururile ghidate.

Conform lui (Allan, 2025), agențiile de turism receptiv joacă un rol vital în facilitarea călătoriilor fără probleme pentru vizitatorii internaționali, gestionând complexitatea barierelor lingvistice și a obiceiurilor locale. Acestea oferă adesea un sprijin crucial în navigarea prin complexitatea unui mediu nou, permițând astfel călătorilor să se cufunde pe deplin în cultura locală, fără stresul provocărilor logistice.

Acest angajament față de sustenabilitate nu numai că îmbogățește experiența de călătorie, dar promovează și o conexiune mai profundă între turiști și destinațiile pe care le vizitează, ducând în cele din urmă la o formă de turism mai responsabilă, care respectă și onorează tradițiile locale. Prin atragerea vizitatorilor în zonele rurale cu stațiuni balneare, aceste agenții contribuie la dezvoltarea economiilor locale prin creșterea veniturilor din turism. Agențiile de turism receptive contribuie la crearea de locuri de muncă și la dezvoltarea competențelor în aceste regiuni. Pe măsură ce turismul se extinde, există o nevoie tot mai mare de profesioniști calificați în domeniul ospitalității, serviciilor spa și ghidajelor turistice, ceea ce duce la crearea de programe de formare care să ofere locuitorilor locali putere de decizie. Prin promovarea unei relații simbiotice între turism și cultura locală, agențiile de turism receptive nu numai că îmbunătățesc experiența vizitatorilor, dar contribuie și la conservarea patrimoniului unic al destinațiilor.

#### Bibliografie

- Allan, M. (2025). Tourism experiences, motivations, and travel lifestyles preferences for domestic tourists: A case of Jordan. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 58(1), 52–60
- Kim, D., Lee, C., & Klenosky, D. (2020). Impact of online travel agencies on traditional tour operators. *Journal of Tourism Economics*, 14(2), 78-93.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2018). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- UNWTO. (2021). *Global Tourism Report 2021*. United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2022). *World tourism report 2022: Trends and future outlook*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). *Economic impact reports*. <https://wttc.org>

# **Analiza conceptului de flexicuritate pe piața forței de muncă**

**Prof Ec Dr JELEASCOV ANDREEA -MONICA**

Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez București

Flexicuritatea reprezintă o strategie integrată care urmărește deopotrivă flexibilitatea și securitatea pe piața muncii. Cu alte cuvinte, noțiunea de flexicuritate încearcă să găsească o cale de mijloc între nevoile angajatorilor și cele ale angajaților, și reprezintă un compromis între flexibilitate ca o cerință a economiei de piață (accentuată de Piață Unică a Uniunii Europene) și securitate înțeleasă ca o expresie a nevoii sociale (acoperită de politicile sociale ale UE). Astfel, se dorește garantarea adaptării sigure a lucrătorilor la piața muncii, realizată în paralel cu menținerea și îmbunătățirea competitivității întreprinderilor, dar și cu păstrarea modelului social European.

Componentele flexicurității sunt următoarele:

- Aranjamente contractuale ferme și flexibile stipulate în legislație, acorduri colective și forme de organizare a muncii;
  - Strategii referitoare la învățarea pe tot parcursul vieții prin care se asigura adaptabilitatea și capacitatea de ocupare a lucrătorilor, în special a grupurilor vulnerabile;
  - Politici active eficiente pe piața muncii, care să ajute indivizii să facă față schimbărilor rapide, să reducă implicațiile șomajului și să faciliteze tranziția la alte locuri de muncă;
  - Sisteme moderne de securitate socială, prin care să se asigure o susținere adecvată a veniturilor, să încurajeze ocuparea și să faciliteze ocuparea pe piața muncii (sistemele de pensii publice și private, asigurarea pentru șomaj, asigurarea sănătății, protecția copiilor și a familiei).
- Statele membre ale UE ar trebui să își axeze politicile de ocupare a forței de muncă pe creșterea flexibilității și a securității (flexicuritate) pe piața muncii și pe o mai bună coordonare a competențelor.

Deși, în prezent, creșterea economică cunoaște o încetinire, s-au înregistrat progrese în multe privințe, astfel că piețele muncii europene funcționează mai bine acum decât, de pildă, cu zece ani în urmă.

Cu toate acestea, având în vedere situația actuală care oferă perspective mai puțin optimiste, este necesară consolidarea politicilor de flexicuritate. Aceste politici facilitează o tranziție reușită, în diferitele momente ale vieții, de la un loc de muncă la altul, de la inactivitate la activitate profesională etc. În același timp, sistemele de protecție socială corespunzătoare asigură dispozitive de siguranță și sprijină cererea consumatorilor. Ar trebui consolidate serviciile publice de ocupare a forței de muncă și politicile de incluziune activă pentru a garanta o tranziție cât mai ușoară cu putință.

Atât în România, precum și în celelalte țări din Europa Centrală și de Est s-a constatat că încă din perioada de preaderare a avut loc o intensificare a fluxurilor migratoare spre polii de atracție ai Uniunii. Motivațiile în decizia de emigrare includ, pe lângă obținerea unui venit mai mare, și componenta socio - umană: siguranța forței de muncă, satisfacția oferită de locul de muncă și creșterea calității vieții. Aceste “beneficii” se încearcă a fi obținute și îmbunătățite prin intermediul unor strategii privind flexicuritatea în cadrul Uniunii Europene.

Flexicuritatea va ocupa un loc central în urmatorul deceniu, fiind instrumentul care poate răspunde adecvat provocărilor impuse de noi locuri de muncă care necesită competențe noi. Mobilitatea forței de muncă trebuie să contribuie la o mai bună corelare a cererii și ofertei pe piața muncii, dar și la asigurarea necesarului de noi competențe.

În România, piața formală a muncii s-a restrâns puternic, după Revoluție s-a confruntat cu concedieri masive, a urmat o relaxare, pentru ca apoi din cauza crizei economice survenite să manifeste o nouă restrângere.

#### Bibliografie

1. Alina Stefania Crețu - Flexibilizarea pieței muncii, Editura ASE, București, 2010
2. Alina Stefania Chenic (Crețu) - Flexibilizarea pieței muncii, București, 2009, Teză de doctorat
3. Alina Stefania Chenic (Crețu) - Aspecte ale flexicurității pieței muncii în modelele mediteranean și anglo-saxon, Economie teoretică și aplicată, Volumul XX (2013), No. 4(581), pp. 65-80
4. Andreea – Monica Predonu - Analiza gradului de flexibilitate al pieței muncii din România în raport cu Uniunea Europeană, în Analele Universității Creștine „Dimitrie Cantemir, Sesiunea Științifică Internațională „Dimensiuni ale crizei societății contemporane”, Editia a-XX-a, 15-16 aprilie 2011, pp. 703-708

# IMPORTANȚA ACTIVITĂȚILOR PRACTICE PENTRU INTEGRAREA ELEVILOR PE PIAȚA MUNCII ÎN AGROTURISM

Autor prof. dr. ec. Irimia Iacob Cati

Colegiul Ion Kalinderu Bușteni

Tranziția de la sistemul educațional la piața muncii este un moment critic în viața absolvenților liceelor tehnologice, în special în sectoare ale economiei precum agroturismul, unde competențele specifice, relaționale și capacitatea de a se adapta la mediul rural sunt esențiale.

Activitățile practice concretizate în stagii de pregătire practică desfășurate în cadrul laboratoarelor tehnologice sau în ferme agricole au la bază proiecte de învățare activă la locul de muncă ce reprezintă un rol central în reducerea decalajului dintre pregătirea teoretică și cerințele reale ale angajatorilor, sporind astfel posibilitatea inserției tinerilor pe piața de profil (CEDEFOP, 2018).

Activitățile practice specifice agroturismului se concretizează și în stagii de pregătire profesională în pensiuni agroturistice care se implementează prin proiecte de management ale activităților turistice rurale sau organizarea unor ateliere de ghidaj și de gastronomie locală dar care cuprind și activități de management al serviciilor turistice precum: recepție, rezervări, marketing local. Toate acestea permit învățarea la locul de muncă cunoscută ca work-based learning / dual VET fiind integrată ca părți ale curriculumului școlar și ca parteneriat cu angajatori locali (CRPE, 2022).

Beneficiile acestor activități se disting prin:

1. Dezvoltarea competențelor tehnice și profesionale deoarece experiența practică permite absolvenților să dezvolte competențe concrete în direcția gestionării cazării și a alimentației, organizării de evenimente rurale, îngrijirea animalelor, gestionarea produselor locale și operarea în sistemele de rezervări. Aceste abilități reprezintă transferabilitate imediată la locul de muncă reducând timpul de formare în domeniu cerut de către angajatori (CHEN, 2020).
2. Creșterea angajabilității pe piața muncii și a ratei de ocupare prin sistemele de învățământ profesional dual sau programele cu inserție practică ridicată. La acest aspect fundamental contribuie și parteneriatele școală- agent economic care facilitează tranziția directă în posturi de muncă temporare sau permanente, angajatorii păstrând deseori elevii după perioadele de practică (PLEȘCA, 2021).
3. Formarea competențelor de tip soft skills dobândite prin activitățile practice precum: comunicarea eficientă cu turiștii, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, adaptabilitatea la imprevizibil pentru atenuarea sezonality sau eficientizarea fluxurilor turiști dar și etică profesională. Aceste competențe sunt frecvent indicate de către angajatori ca fiind decisive în procesul de recrutare și selecție a angajaților în agroturism (GUACHALLA, 2019).
4. Construirea rețelelor profesionale și a identității profesionale ce are loc prin derularea stagiilor de pregătire practică ce facilitează conectarea elevilor cu antreprenori locali, cu asociații de agrement rural și operatori turistici. Aceste relații conduc la angajare sau colaborări ulterioare de lungă durată. Toate aspectele sunt completate cu experiența dobândită pe teren și contribuie la formarea identității profesionale a tinerilor (CHEN, 2020).

În România, oportunitățile specifice pe plan profesional se derulează prin implementarea programelor de învățământ dual care sunt o pârghe importantă pentru a răspunde nevoilor pieței rurale și agroturismului. Rapoartele și bunele practici arată că sprijinirea parteneriatelor dintre școală și angajator, stimulentele financiare acordate de către aceștia elevilor și introducerea modulelor practice relevante în curriculum pentru dezvoltare locală pot conduce către dezvoltarea de noi oportunități în domeniu (CEDEFOP, 2018).

Ca posibile recomandări pentru a consolida activitățile practice în agroturism se pot enumera:

1. Integrarea obligatorie a stagiilor de pregătire practică în curriculum, asociate cu fișe de competențe clare (BENTOLILA, 2023).
2. Dezvoltarea parteneriatelor locale dintre autoritățile locale, asociațiile agroturistice, pensiunile și ferme ce pot să ofere locuri de practică și mentorat (CRPE, 2022).
3. Formarea și acreditarea mentorilor din mediul profesional proveniți din rândul proprietarilor de pensiuni agroturistice, pentru a asigura calitatea instruirii practice de profil la locul de muncă (MANOLACHE, 2024).
4. Susținerea mobilităților și a schimburilor prin proiecte de tip Erasmus+, sau alte proiecte regionale prin expunerea la modele de bune practici din alte regiuni ale lumii (PLEȘCA, 2021).
5. Evaluarea continuă a programelor implementate prin măsurarea indicatorilor de performanță precum rata de angajare a absolvenților, gradul de satisfacție al angajatorilor și competențele specifice dobândite de către aceștia (CEDEFOP, 2018).

În concluzie, activitățile practice reprezintă pilonul central al unei strategii eficiente bazată pe integrarea elevilor pe piața muncii în agroturism. Acestea furnizează competențe tehnice și non-tehnice reducând distanța dintre educație și cerințele angajatorilor și sporind oportunitățile de angajare ale tinerilor absolvenți.

Consolidarea practicilor în România prin dezvoltarea învățământului dual, parteneriate locale și proiecte de mobilitate pot conduce în mod semnificativ la revitalizarea forței de muncă calificate în mediul rural dar și la creșterea calității serviciilor agroturistice.

#### Bibliografie

1. BENTOLILA, S., et al., Does Dual Vocational Education and Training Pay Off, OECD Publishing, 2023.
2. CEDEFOP – Vocational Education and Training in Romania – Spotlight on VET, Publications Office of the European Union, 2018.
3. CHEN, T. P., Impacts of Educational Agritourism on Students' Future Career Intentions: Evidence from Agricultural Exchange Programs – MDPI, Sustainability Journal, 2020.
4. CRPE – Growing through Agricultural Education: Agri-VET Work-Based Learning – Centrul Român de Politici Europene, 2022.
5. GUACHALLA, A., Co-creating Learning Experiences to Support Student Employability in Travel and Tourism – Routledge, 2019.
6. MANOLACHE, S.-B., Professional Training in the Agricultural Sector. Case Study: Romania – SEA – Practical Application of Science, Editura Universitară, 2024.
7. PLEȘCA, C., Study on the Advantages of Dual Education for Romania, Editura ASE, 2021.

## **STRATEGIA DE MARKETING A COMPANIEI**

**Prof Ing Dr Dumitru Săndulescu[1]**

**Prof Ing Dr Crișan Daniela Valerica**

**Colegiul Tehnologic Viaceslav Harnaj București**

Conform lui Ferrell, Hartline și colab. (2021), Palmatier și Sridhar (2021) și Tiffany (2021), o strategie de marketing este un document scris care cuprinde diverse aspecte ale marketingului, cum ar fi dezvoltarea de produse, promovarea, distribuția și stabilirea prețurilor. Acest document prezintă obiectivele de marketing ale companiei și detaliază metodele de atingere a acestora. Strategia de marketing servește la identificarea punctelor forte și a punctelor slabe ale companiei și ale concurenților săi, evidențiind domeniile care ar trebui să fie în centrul atenției în implementarea tacticilor de marketing.

Planificarea strategică este nucleul marketingului. O strategie de marketing este un proces sau model care permite unei companii sau organizații să se concentreze pe cele mai bune oportunități de creștere a vânzărilor și de obținere a unui avantaj competitiv durabil. Această strategie cuprinde toate activitățile de bază și pe termen lung din marketing, implicând analiza situației inițiale a companiei, precum și formularea, evaluarea și selectarea strategiilor orientate spre piață pentru a sprijini obiectivele companiei și de marketing. Strategia de marketing se concentrează pe tehnicile de promovare, implementare și optimizarea prețurilor, precum și pe deciziile legate de distribuție, structura de producție, imaginea corporativă și relațiile publice.

Beneficiile unei strategii de marketing eficiente în operațiunile de afaceri

Conform lui Ferrell, Hartline și colab. (2021), Palmatier și Sridhar (2021) și Tiffany (2021), o strategie de marketing eficientă în operațiunile de afaceri oferă beneficii pentru performanța și sustenabilitatea companiei, inclusiv:

1. Planificare strategică
2. Stabilirea unei distribuții eficiente.
3. Optimizarea dezvoltării produselor
4. Dezvoltarea obiectivelor financiare
5. Pregătirea planului de marketing
6. Înțelegerea clienților
7. Sprijinirea comunicării de marketing
8. Optimizarea utilizării resurselor
9. Selectarea tacticilor de comunicare potrivite.
10. Îmbunătățirea imaginii companiei.

Caracteristicile unei strategii de marketing de succes

Conform lui Ferrell, Hartline și colab. (2021), Palmatier și Sridhar (2021) și Tiffany (2021), esența unei strategii de marketing eficiente se referă la liniile directe pentru proiectarea unei strategii de marketing. Caracteristicile unei strategii de marketing bune:

- 1.Înțelegerea publicului țintă
- 2.Segmentarea corectă a pieței
- 3.Propunere unică de vânzare (USP)
- 4.Analiza situației
- 5.Orientată spre obiective

1. Identificarea avantajului competitiv
2. Simplitate și claritate
3. Flexibilitate
4. Aprovizionarea cu resurse
5. Cuprinzătoare
6. Consecvență
7. Revizuire periodică

Dezvoltarea strategiei de marketing trebuie să fie descrisă ca:

- Strategia de segmentare, direcționare, poziționare
- Strategia celor 4P a mixului de marketing
  - Marketing de nișă
  - Marketing pe rețelele sociale
  - Marketing gratuit
- Marketing sub acoperire (Buzz Marketing sau Stealth Marketing)
  - Marketing extern și marketing intern
  - Marketing prin promovare încrucișată
    - Marketing viral
    - Marketing prin e-mail
    - Marketing de conținut
    - Marketing mobil
  - Marketing prin emisiuni sociale

Strategia de marketing se concentrează pe tehnicile de promovare, implementare și optimizarea prețurilor, precum și pe deciziile legate de distribuție, structura de producție, imaginea corporativă și relațiile publice. Strategia de marketing implică și politici publice, cum ar fi reducerea barierelor legale, culturale și organizaționale. În cadrul structurii funcționale a unei companii, strategia de marketing devine un element cheie în câștigarea loialității clienților.

#### Bibliografie:

1. Ferrell, O. C., Hartline, Michael., et al. (2021). Marketing Strategy. London: Cengage Learning
2. Palmatier, Robert W and Sridhar, Shrihari. (2021). Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics. London: Bloomsbury Academic
3. Tiffany, Jenna. (2021). Marketing Strategy: Overcome Common Pitfalls and Create Effective Marketing. London: Kogan Page

## STRUCTURA ȘI PRINCIPIUL DE FUNCȚIONARE AL DISPOZITIVELOR AUDIO

Prof. Dr. Ing. Oncescu Liliana Alexandrina  
COLEGIUL TEHNIC EDMOND NICOLAU

Dispozitivele audio au în structura lor trei sisteme constructive:

- Sistemul electric; cuprinde amplificatorul audio ce furnizează puterea electrică necesară și bobina dispozitivului audio. Mărimile fizice specifice sunt: tensiunea și curentul.
- Sistemul mecanic; este format din: bobină, membrană și suspensile elastice de prindere. Mărimile fizice specifice sunt: forța și viteza.
- Sistemul acustic; determinat de rezistența mediului ambiant (aerul) la vibrația membranei. Mărimile fizice specifice sunt: presiunea și debitul.

Structura dispozitivelor audio este alcătuită din:

- Membrana conică (diafragma); circulară, elastică, suspendată la bază printr-o suspensie externă, iar la vârf printr-o suspensie internă numită centraj închisă cu o boltă din carton sau cu o pânză, cu rol de capac de protecție contra prafului.
- Suspensia circulară externă reprezintă o zonă de ondulații concentrice situată la baza conului și este realizată din același material ca și membrana sau din alte materiale elastice, de exemplu: cauciucul, materiale plastice, etc.
- Suspensia internă situată la linia de joncțiune dintre con și bobină este confecționată, în general, din țesături impregnate.
  - Bobina mobilă; are un suport cilindric legat de vârful membranei.
  - Circuitul magnetic al dispozitivului audio; (traductorul) electrodinamic este alcătuit dintr-un magnet permanent, având o formă inelară sau cilindrică și din piesele polare crespunzătoare.
  - Șasiul; este din tabla abutisată sau turnat din aluminiu.

Dispozitivul electrodinamic este o sursă de sunet și poate fi considerat ca un piston circular rigid (se presupune că membrana nu se deformează).

Din punct de vedere electronic se cunosc următoarele tipuri de sisteme audio: electromagnetice, electrostatice, electrodinamice, speciale.

Sistemele electromagnetice au fost utilizate pe scară foarte largă având un preț de cost redus. Au fost folosite la echiparea primelor radioreceptoare. Dispozitivele audio electromagnetice au construcție simplă și se bazează pe acțiunea câmpului magnetic alternativ. Au în compunere un magnet permanent și o bobină prin care circulă un curent de audiofrecvență. O armatură elastică din fier moale este fixată de magnetul permanent.

Între unul din polii magnetului și armatura elastică, se naște o forță de atracție ca urmare a acțiunii pe care o exercită un câmp magnetic asupra unui material feromagnetic.

Dacă în bobina montată pe magnet, circulă un curent alternativ de audiofrecvență, în raport cu sensul acestuia, fluxul dat de bobină se va adăuga sau se va scădea din fluxul magnetic total. În aceste condiții forța de atracție va fi mai mică sau mai mare, iar armatura elastică va începe să vibreze. Aceasta este legată de membrană pe care astfel o va pune în mișcare producându-se unde acustice.

Aceste sisteme audio deși au sensibilitate bună au o bandă relativ îngustă de frecvențe (nu pot reproduce frecvențele mai mici de 200 Hz și mai înalte de 500 Hz) și nu se mai utilizează în ultimele decenii datorită calității necorespunzătoare a cucerințelor actuale.

Sistemului audio electrostatic este compus dintr-o membrană subțire și conductoare M așezată față în față cu o placă rigidă de metal P. Cele două formează armaturile unui condensator între care se aplică o tensiune continuă. Modificarea valorii tensiunii dintre plăci (una dintre ele având o grosime foarte mică, de aproximativ 25  $\mu\text{m}$ ) apare o oscilație ce se transmite aerului înconjurător sub forma undelor acustice.

Astfel ia naștere o forță statică de atracție care va tensiona membrana. Semnalul audio este aplicat dispozitivului audio electrostatic printr-un transformator suprapus peste tensiunea continuă a bateriei, care va produce vibrații ale membranei în ritmul tensiunii de audiofrecvență. O îmbunătățire a dispozitivului audio electrostatic o reprezintă dispozitivul audio în contratimp.

Acesta se compune din două plăci perforate fixe între care poate vibra o membrană foarte subțire și foarte ușoară, dintr-un material plastic metalizat pe ambele fețe. Suprafața găurilor trebuie să reprezinte peste 30% din suprafața placilor pentru ca acestea să se comporte ca niște plăci "transparente".

Sistemul audio electrodinamic este alcătuit dintr-un magnet permanent sau electromagnet și piese polare din oțel moale între care se află un spațiu (întrefier) foarte îngust care permite oscilația liberă a bobinei mobile. Sistemul audio electrodinamic este prevăzut cu o membrană, un sistem de suspensie elastic și un sistem de centrare montate pe șasiu (cadru). Principiul de funcționare se bazează pe acțiunea forțelor dinamice asupra unui conductor parcurs de curent electric, când se află într-un câmp magnetic. O bobină, parcursă de curent electric se mișcă sub acțiunea unei forțe într-un câmp magnetic radial constant, paralel cu axa bobinei. Întrucât sistemele audio electrodinamice au un transfer de putere mic, un randament scăzut (5-8% pentru dispozitivele audio cu radiație directă) se utilizează o palnie acustică construită dintr-un tub cu secțiune continuă variabilă având diferite forme: exponentială, parabolică, conică, hiperbolică și a cărei lungime poate fi foarte mare, în raport cu banda de frecvențe dorită.

Sisteme audio speciale:

- Dispozitivul audio piezoelectric este folosit, în special, pentru reproducerea frecvențelor înalte și este alcătuit dintr-un cristal piezo legat rigid de o membrană. Tensiunea alternativă de audiofrecvență se aplică cristalului, care sub acțiunea câmpului electric variabil, datorită efectului piezoelectric, vibrează punând în acțiune membrana. Întrucât acest tip de dispozitiv audio are o impedanță foarte mare (de ordinul  $100\text{K}\Omega$ ) și întrucât oscilațiile cristalelor nu sunt foarte mari, puterile acustice radiate sunt relativ mici.

- Dispozitivul audiomagnetostriktiv se utilizează numai în domeniul frecvențelor mai mari de  $20000\text{Hz}$  (ultrasunete). Principiul de funcționare se bazează pe efectul magnetostriktiv, adică pe proprietatea materialelor feromagnetice de a se deforma sub acțiunea unui câmp magnetic. Pe armăturile elementului piezoelectric se aplică tensiunea alternativă de audiofrecvență și astfel elementul începe să oscileze mecanic cu aceeași frecvență. Oscilațiile sunt transmise membranei fixate rigid de elementul piezoelectric, care produce vibrații sonore. Acest tip de difuzoare se utilizează pentru redarea frecvențelor audio superioare peste  $8000\text{Hz}$ .

- Dispozitivul cu efect Corona constă în descărcări electrice între două conductoare aflate la o mare diferență de potențial, concretizate printr-o peliculă luminiscentă la suprafața conductorului. Particulele de aer sunt puse în mișcare cu ajutorul acestei descărcări. În cazul în care frecvența tensiunii aplicate se situează în domeniul frecvențelor audio se vor genera unde sonore.

- Ionofonul nu are membrană care să radieze undele acustice (ca dispozitivul cu efect Corona), forțele de acționare fiind aplicate direct particulelor de aer. Principiul de funcționare se bazează pe deplasarea ionilor sub acțiunea unui câmp electric. Dacă acest câmp este alternativ mișcarea oscilatorie a aerului va produce sunete. Acest sistem funcționează în bune condiții numai la frecvențe mai mici de  $500\text{Hz}$ .

## BIBLIOGRAFIE

- [1] Borwick J. - Editor, Sound recording practice, Oxford University Press, 2024.
- [2] Ford T. - Advanced audio production techniques, Butterworth Heinemann, Boston 2023.