

Contractor: INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETARE DEZVOLTARE ÎN TURISM

Cod fiscal: RO12654670

RAPORT FINAL DE ACTIVITATE
privind desfășurarea programului-nucleu
ABORDĂRI INOVATIVE ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ A DESTINAȚIILOR TURISTICE ÎN
ROMÂNIA – INOVADESTITUR, COD PN 19-46

Durata programului: 4 ani

Data începerii: 8 februarie 2019

Data finalizării: 10 decembrie 2022

1. **Scopul programului:** Sprijinirea destinațiilor turistice românești prin oferirea unor soluții inovatoare în ceea ce privește dezvoltarea durabilă și marketingul produsului turistic

2. **Modul de derulare al programului:**

2.1. **Descrierea activităților** (utilizând și informațiile din rapoartele anuale)

Denumire proiect	Faze	Descriere activități
Cercetări în sprijinul dezvoltării competitivității turismului cultural din România, prin evaluarea, monitorizarea și valorificarea sub-formelor și tipurilor de dezvoltare ale acestuia	5 faze cu 8 subfaze	O fază și o subfază în 2019 - analiza bunelor practici în domeniul turismului cultural la nivel internațional cu accent pe itinerariile culturale consacrate (Camino de Santiago, St. Olav Way); - analiza legislației referitoare la patrimoniu cultural național; - evidențierea principalelor tipuri de patrimoniu turistic ca și componentă a potențialului turistic. 2 subfaze 2020 - prezentarea criteriilor de inventariere a monumentelor istorice; - analiza statistică a monumentelor istorice la nivel național și regional; - analiza stadiului actual al monumentelor istorice din punct de vedere al conservării și protejării acestora, și al impactului pe care îl are patrimoniul cultural național asupra turismului; - cercetarea fenomenului de genealogie, ca știință auxiliară a istoriei și culturii, a evoluției genealogiei românești (trecut, actualitate și legătura cu turismul), a fenomenului de emigrare (cauze și caracteristici), și a turismului genealogic (tranziția de la căutarea familiei la un turism de nișă), precum și a tendințelor turismului genealogic la nivel internațional. 2 subfaze 2021 - prezentarea unei imagini de ansamblu în ceea ce privește populația migrantă la nivel global și în particular la nivelul Uniunii Europene, prin date și analize statistice; - analiza situației actuale privind caracteristicile socio-demografice ale cetățenilor care au emigrat din România; - prezentarea unor informații despre elementele de bază ale unei destinații turistice culturale și despre caracteristicile care conferă

Denumire proiect	Faze	Descriere activități
		competitivitate unei destinații turistice; - realizarea unor corelații dintre numărul și natura elementelor de patrimoniu din anumite areale și atractivitatea lor ca destinații turistice, prin intermediul datelor statistice, structurate pe județe; - prezentarea de date și informații despre efectele pandemiei de Coronavirus asupra activităților culturale. Subfaza 4.2 în 2022 - analiza activităților de turism cultural din România, pe baza datelor la nivel de localitate, cu accent pe principalele localități care dispun de potențial turistic (conform PATN) și care înregistrează vizitatori în muzee, cu ajutorul principalelor modalități de estimare/aproximare, respectiv pe baza datelor Institutului Național de Statistică; - realizarea unei comparații între două tipuri de abordări (cea bazată pe cererea potențială și cea bazată pe cerere). Faza 5 (subfazele 5.1 și 5.2) în 2022: analizele incluse în subfazele 5.1 și 5.2 s-au concretizat în realizarea unor studii de caz axate pe cercetarea situației actuale a potențialului, resurselor și activităților cultural-turistice (pentru a caracteriza cererea și oferta) din municipiul <i>Câmpulung</i>, județul <i>Argeș</i> și municipiul <i>Oradea</i>, a infrastructurii turistice (pentru a prezenta stadiul actual de valorificare turistică - prin analiza infrastructurii de cazare, alimentație, agrement, circulația turistică, sezonabilitate, evaluarea impactului pandemiei de Covid-19 asupra turismului), pe efectuarea de cercetări privind infrastructura și consumul cultural, identificarea problemelor (prin analiza SWOT) și formularea de propuneri pentru obiectivele strategice viitoare (care au avut un caracter de recomandări generale).
Proiect de cercetare privind mobilitatea durabilă ca factor important în promovarea turismului sustenabil românesc și în asigurarea calității în domeniul dezvoltării teritoriale inteligente	4 faze (din care fazele 3 și 4 cu câte 2 subfaze fiecare)	Faza 1 - prezentarea conținutului general al noțiunilor de mobilitate, turism sustenabil și a celui de inteligență teritorială, cu referire la interconexiunile care se stabilesc între acestea; - prezentarea experiențelor de bună practică europeană, dezvoltate de actori publici sau privați pentru a se evidenția legătura dintre transportul intermodal și dezvoltarea turismului pe plan european. Faza 2 - definirea termenului de mobilitate sustenabilă și turism "verde" și enumerarea măsurilor, tehnologiilor și soluțiilor care fac parte din conceptul de servicii de mobilitate sustenabilă; - analiza relației dintre turismul durabil și mijloacele sustenabile de transport, ca bază a comportamentelor responsabile în planificarea și dezvoltarea acestor domenii la nivel național; - analiza datelor statistice și a informațiilor referitoare la infrastructura de transport la nivel național, ca bază a manifestării activităților turistice; - cercetarea documentelor strategice pe baza cărora s-au construit intervențiile publice de dezvoltare locală și regională în domeniile turism și transport; - realizarea unei analize SWOT cu privire la serviciile de mobilitate

Denumire proiect	Faze	Descriere activități
		sustenabilă din România în concordanță cu politicile de creștere teritorială, cu impact asupra dezvoltării și promovării unui turism "verde". Subfazele 3.1 și 3.2 (faza 3): - prezentarea oportunităților de dezvoltare a turismului în condițiile implementării serviciilor de mobilitate sustenabilă; - descrierea unor caracteristici principale privind destinațiile turistice și exemplificarea cu două studii de caz a acestor aspecte; - prezentarea cadrului general al îmbunătățirii serviciilor de mobilitate durabilă și continuarea studiilor de caz; - prezentarea modalităților de analiză și evaluare a destinațiilor turistice din România ; - prezentarea unor elemente metodologice privind implementarea Centrelor de Informare în domeniul Mobilității; - realizarea unui Ghid privind elaborarea și implementarea / monitorizarea / evaluarea unui sistem de analiză a destinațiilor turistice din România care au potențial pentru implementarea serviciilor de mobilitate sustenabilă. Subfaza 4.1: - Analiza conceptelor care stau la baza Orientărilor Strategice, conform cercetărilor anterioare derulate în cadrul proiectului (Analiza SWOT a serviciilor de mobilitate durabilă din Romania); - Cercetare în vederea identificării orientărilor strategice ce stau la baza implementării serviciilor de mobilitate sustenabilă în dezvoltarea activității turistice din Romania; - Analiza tendințelor pe termen scurt și mediu privind transporturile și turismul la nivel european și național, în perioada 2022-2026; - Analiza cadrului strategic de finanțare a tipurilor de investiții durabile în domeniul infrastructurii de transport cu impact asupra activităților de turism. Subfaza 4.2: - Analiza documentelor strategice care vizează turismul și mobilitatea durabilă la nivel național și regional elaborate de instituțiile abilitate din Romania și aprobate de Comisia Europeană; - Analiza măsurilor concrete prevăzute în programele și planurile aparținând cadrului strategic de finanțare a acestor tipuri de investiții durabile în domeniul infrastructurii de transport cu impact asupra turismului; - Elaborarea planului de acțiuni.
Marketingul digital și inovarea IT, instrumente de promovare a turismului la nivel de destinație turistică	3 faze și o subfază	Faza 1 (cu 2 subfaze) - definirea noțiunilor de marketing digital versus marketing on-line și identificarea canalelor, tehnicilor și instrumentelor folosite în marketingul digital; - prezentarea stadiului de dezvoltare internațională și a tendințelor

Denumire proiect	Faze	Descriere activități
		din marketingul digital; - evidențierea instrumentelor de analiză a datelor - măsurarea performanței, a rezultatelor; - prezentarea rolului social media în promovarea obiectivelor turistice având ca bază definirea canalelor de social media, evidențierea importanței social media în industria turismului și identificarea bunelor practici privind utilizarea social media în sectorul turistic; - prezentarea avantajelor folosirii marketingului digital pentru dezvoltarea destinațiilor turistice (viteza, costuri, audiență, statistici, experiență personalizată, relaționare, implicare, comercializare continuă). Faza 2 Această fază a implicat cercetări asupra pieței turistice românești în mediul digital, prin analiza aprofundată a informațiilor despre Timișoara, ca destinație turistică, disponibile pe principalele: • canale de social media: Facebook, Pinterest, Instagram, Twitter, Youtube; • website-uri de rezervări și de recenzii: Booking, Tripadvisor, Aibnb; • bloguri de turism: Blogger, Wordpress, Tumblr, Livejournal; blogsearch.google.com și travelblog.org; • forumuri de turism: Lonely Planet Thorn Tree Forum, Fodor's Travel Talk, Tripadvisor Forums, Flyertalk Forums, Nomadic Matt, etc.; • aplicații de mobil destinate turismului: „Discover Timiș”, „Patrimoniul sub reflectoare Timișoara - Spotlight Heritage Timișoara”, Timișoara City Art – ArtTM, Timișoara City App, AEROTIM, Velo TM, TroTM, etc. • motoare de căutare, căutare organică: Google, Google Trends. Faza 3 Această fază a presupus realizarea unei anchete pe bază de chestionar pentru identificarea preferințelor ofertanților din industria turistică din județul Timiș (structuri de primire turistică, agenții de turism, centre de informare turistică, ghizi turistici etc.) în ceea ce privește utilizarea principalelor instrumente de marketing digital, cât și impactul pe care îl obțin prin utilizarea acestora. Aceasta a vizat: - construirea eșantionului de cercetare pe baza listelor aferente cu structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare clasificate și cu agențiile de turism licențiate de către Ministerul Antreprenoriatului și Turismului; - elaborarea chestionarului structurat format din 45 de întrebări combinate, deschise și închise; - distribuirea chestionarului prin email către 165 de unități reprezentative de cazare, agenții de turism, centre de informare turistică, ghizi turistici, Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului Timiș, ADR Vest, etc. din județul Timiș;

Denumire proiect	Faze	Descriere activități
		- culegerea datelor derulată în perioada aprilie – mai 2021 - un total de 24 chestionare au fost colectate on-line, rata de răspuns fiind de 14,55%; - interpretarea datelor structurată pe următoarele paliere: date de identificare a organizației, prezența în mediul on-line, site-ul web, rețele de socializare, bloguri de turism, aplicații de mobil destinate turismului, marketingul digital în pandemie, beneficii și direcții de evoluție. Subfaza 4.1 În cadrul acestei subfaze a fost elaborat un raport de cercetare privind delimitările conceptuale ale marketingului destinației și social media marketingului, precum și modul de realizare a unei strategii de social media în destinațiile turistice, care va fi baza teoretică pentru realizarea fazelor următoare. Astfel, acest raport a cuprins: 1. Utilizarea social media în marketingul destinației • Definirea marketingului destinației • Social media marketing – precizări conceptuale • Importanța social media în marketingul destinației • Exemple de campanii de social media pentru destinații turistice 2. Dezvoltarea strategiei de social media în destinațiile turistice.

2.2. Proiecte contractate:

Cod obiectiv	Nr. proiecte contractate	Nr. proiecte finalizate	Valoare (mii lei)				Total (lei)
			2019	2020	2021	2022	
1. PN 19 01 01	2	1	496.924	394.287	319.843	347.347	1.558.401
2. PN 19 02 02	1	1	179.895	200.000	265.000	280.000	924.895
Total:	3	2	676.819	594.287	584.843	627.347	2.483.296

2.3 Situatia centralizată a cheltuielilor privind programul-nucleu : Cheltuieli în lei

	2019	2020	2021	2022	Total
I. Cheltuieli directe	457.309	398.852	387.313	415.465	1.658.939
1. Cheltuieli de personal	456.809	398.852	387.313	415.465	1.658.439
2. Cheltuieli materiale și servicii	500	0	0	0	500
II. Cheltuieli Indirecte: Regia	219.510	195.435	197.530	211.882	824.357
III. Achiziții / Dotări independente din care:	0	0	0	0	0
1. pentru construcție/modernizare infrastructura	0	0	0	0	0
TOTAL (I+II+III)	676.819	594.287	584.843	627.347	2.483.296

3. Analiza stadiului de atingere a obiectivelor programului (descriere)

Programul ABORDĂRI INOVATIVE ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ A DESTINAȚIILOR TURISTICE ÎN ROMÂNIA – INOVADESTITUR are două obiective, respectiv:

Obiectiv 1: Identificarea de soluții inovative pentru creșterea competitivității produselor și destinațiilor turistice românești

Obiectiv 2: Oferirea unor soluții de dezvoltarea durabilă inteligentă la nivelul destinațiilor turistice naționale

În cadrul fiecărui obiectiv au fost propuse câte două proiecte. Deși în total au fost propuse inițial un număr de 4 proiecte, doar trei proiecte au fost demarate în 2019. Dintre acestea s-au finalizat 2 proiecte iar un proiect a fost realizat parțial (mai puțin o subfază și 2 faze) dat fiind insuficiența resurselor financiare alocate. Prin urmare, din aceste considerente apreciem că obiectivele programului au fost atinse doar parțial.

4. Prezentarea rezultatelor:

4.1. Valorificarea în producție a rezultatelor obținute:

Denumirea proiectului	Tipul rezultatului	Efecte scontate
	(studiu proiect, prototip, tehnolog, etc., alte rezultate)	
Cercetări în sprijinul dezvoltării competitivității turismului cultural din România, prin evaluarea, monitorizarea și valorificarea sub-formelor și tipurilor de dezvoltare ale acestuia	9 studii	Rezultatele obținute în cele 9 studii de cercetare constituie noi surse de inspirație pentru autoritățile cu rol de decizie în dezvoltarea politicilor de valorificare a resurselor turistice culturale. Totodată, rezultatele obținute ar putea fi utile și pentru cadrele didactice, deoarece rapoartele de cercetare vor putea constitui material didactic nou, util în lucrul cu studenții. În plus, evidențierea din punct de vedere statistic a destinațiilor cu profil cultural de pe teritoriul României (realizarea clasificării ierarhice), va permite o identificare a destinațiilor atractive din punct de vedere cultural ale țării noastre, utilă atât pentru turiști, dar și pentru Ministerul Antreprenoriatului și Turismului, managerii de destinații turistice, pentru autoritățile publice care au în vedere dezvoltarea turismului cultural, pentru agențiile de dezvoltare regională, consiliile județene (care pot folosi rezultatele cercetărilor în procesele de dezvoltare, planificare și marketing în turismul cultural), pentru agențiile de turism, centrele de informare și promovare turistică, asociațiile care promovează turismul.
Proiect de cercetare privind mobilitatea durabilă ca factor important în promovarea turismului sustenabil românesc și în asigurarea calității în domeniul dezvoltării teritoriale inteligente	6 studii	- Reducerea consumurilor energetice; - Protecția și conservarea mediului; - Protecția vieții și a sănătății; - Creșterea calității vieții; - Consolidarea domeniilor de specializare inteligentă; - Cunoașterea științifică și tehnică; - Păstrarea echilibrului ecologic și evitarea suprasolicitării resurselor, poluării și a oricărui alt impact negativ asupra mediului; - Dezvoltarea activităților turistice în strictă legătură cu transportul sustenabil; - Crearea de locuri de muncă.

Denumirea proiectului	Tipul rezultatului	Efecte scontate
		Întreg studiul a avut un caracter multidisciplinar cu abordări teoretice și practice între domeniul turismului, transporturilor, ecoturism, economie: - <i>în planul cunoașterii și al cercetării</i>: acest studiu are meritul de a aduce în atenție legăturile dintre domeniul transporturilor inteligente și politicile de dezvoltare a turismului; - <i>în plan economic</i>: deschiderea de noi oportunități pentru comunitățile regionale și locale în valorificarea patrimoniului turistic, crearea de noi locuri de muncă, de noi servicii turistice necesare dezvoltării turismului durabil, dezvoltarea colaborării dintre factorii de decizie de la nivel local, regional și național; - <i>în planul mobilității</i>: îmbunătățirea legăturilor între punctele turistice de interes din țară; micșorarea timpului de călătorie al turistului, dezvoltarea transportului și a serviciilor intermodale; - <i>în plan social</i>: realizarea unei oferte de servicii intermodale reale care să fie disponibile pentru segmentele de populație cu venituri modeste, pentru a putea practica turismul, indiferent de sezonabilitate, în condițiile protejării mediului; - <i>în planul dezvoltării turismului</i>: diversificarea unor activități, servicii și programe turistice valabile pe toată perioada anului bazate pe transportul sustenabil intermodal.
Marketingul digital și inovarea IT, instrumente de promovare a turismului la nivel de destinație turistică	5 studii	Proiectul va fi util ofertanților din industria turistică, la nivel instituțional fiind vorba despre: hotelieri, agenții de turism, centre de informare și promovare turistică, autorități publice locale, organizații de management ale destinațiilor, asociații de promovare a turismului etc. De asemenea, rezultatele cercetării pot fi folosite atât de către mediul academic din sectorul turismului, pentru care rapoartele de cercetare pot constitui un instrument de lucru cu studenții, cât și de autoritățile publice centrale și regionale în procesul lor de planificare de marketing: Ministerul Turismului; Ministerul Culturii; Agențiile de Dezvoltare Regională. Proiectul poate contribui (odată cu finalizarea lui) la: eficientizarea utilizării resurselor financiare destinate promovării și vânzării on-line de către ofertanții din turism; creșterea capacității de adaptare la concurență a produsului turistic românesc, prin modernizarea comunicării și interacțiunii cu clientul, dar și prin prezentarea unui produs nou, inovativ; apariția de noi produse turistice inovative de tip traseu tematic interactiv care pot folosi tehnicile și modelele prezentate; valorificarea inovativă a patrimoniului cultural și natural; crearea de noi segmente de consumatori pentru produse turistice consacrate, prin schimbarea modului de prezentare a ofertei (rebranding);

Denumirea proiectului	Tipul rezultatului	Efecte scontate
		modernizarea tehnicilor de interpretare a patrimoniului și diversificarea ofertei turistice prin valorificarea patrimoniului imaterial în combinație cu cel material, crearea de experiențe autentice pentru turist.

4.2. Documentații, studii, lucrări, planuri, scheme și altele asemenea:

Tip	Nr. Total	în 2019	în 2020	în 2021	în 2022
Documentații	-	-	-	-	-
Studii	20	5	4	5	6
Lucrări	-	-	-	-	-
Planuri	-	-	-	-	-
Scheme	-	-	-	-	-
Altele asemenea <i>(se vor specifica)</i>	-	-	-	-	-

Din care:

4.2.1. Lucrări științifice publicate în jurnale cu factor de impact relativ ne-nul (2019-2022):

Nr.	Titlul articolului	Numele Jurnalului, Volumul, pagina nr.	Nume Autor	Anul publicării	Scorul relativ de influență al articolului	Numărul de citări ISI
1.	-	-	-	-	-	-
2.	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-

4.2.2. Lucrări/comunicări științifice publicate la manifestări științifice (conferințe, seminarii, workshops, etc):

Nr. crt.	Titlul articolului, Manifestarea științifică, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	An apariție	Nr. citări ISI
1.	Comunicarea științifică cu titlul: "Tourism development based on cultural heritage in large and small cities in Romania: Oradea and Câmpulung as case studies" va fi susținută în cadrul conferinței "TEBEC – Tourism, Economics, Business, Education and Social Science Academic Conference", Tel Aviv (Israel), 26-29 decembrie 2022 (participare virtuală)	Cristi Frenț, Alina Niculescu	2022	-
2.	comunicarea științifică cu titlul: "Merging Tourism Information Centers and Sustainable Mobility Information Centers as Drivers for Tourism Development at Local Level",	Coman M., Trifănescu R., Colceru I.	2022	-

Nr. crt.	Titlul articolului, Manifestarea științifică, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	An apariție	Nr. citări ISI
	Conferinta TARS, Tourism and rural space in national and international context , 27 mai 2022, online			
3.	(în curs de participare/publicare) lucrarea "Legătura dintre transportul intermodal și dezvoltarea turismului "verde", premisa a dezvoltării teritoriale inteligente", Conferinta TARS, Tourism and rural space in national and international context , 25-27 mai 2023, Vatra Dornei, Romania, (https://www.tarsconference.com/general-information)	Coman M., Creinicen N., Trifănescu R.	2023 (prevăzut)	-
4.	prezentarea <i>Digitisation of cultural heritage assets (inc. intangible) with advanced technologies (Virtual/Augmented Reality, etc), as a means to provide enhanced information to potential visitors & to the new 'digital traveller' – state of the art</i> susținută în cadrul webinarul Digitisation of cultural heritage assets (inc. intangible) with advanced technologies (Virtual/Augmented Reality, etc), as a means to provide enhanced information to potential visitors & to the new 'digital traveller' organizat în cadrul proiectului Interreg Europe CHRISTA , online, 22.03.2022	Lixăndroiuc Cristina, Musteață-Pavel Marioara	2022	-
5.	Culture statistics versus tourism statistics: Evidence from an analysis at municipality level in Romania, 6th International Conference on the Subnational Measurement and Economic Analysis of Tourism , 22-26 noiembrie 2021, Bogota, Columbia	Cristi Frent, Alina Niculescu	2021	-
6.	Evaluarea performanțelor destinațiilor culturale din România și impactul pandemiei de Covid-19 asupra acestora, Simpozionul internațional "50 de ani de cercetare în domeniul turismului în România: trecut, prezent și viitor" , 16-17 decembrie 2021, București	Alina Niculescu	2021	-
7.	Măsura „Investiții în crearea și modernizarea infrastructurii de bază la scară mică” din cadrul Programului Național de Dezvoltare Rurală 2014-2020 în contextul unei dezvoltări	Nadina Creinicean	2021	-

Nr. crt.	Titlul articolului, Manifestarea științifică, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	An apariție	Nr. citări ISI
	durabile a turismului în zona montană, Simpozionul internațional "50 de ani de cercetare în domeniul turismului în România: trecut, prezent și viitor" , 16-17 decembrie 2021, Bucuresti			
8.	Are Romanian Tourism Companies Prepared for Digital Transformation? A Research Study in Timis County, The 8th International Conference on Tourism CACUS 2021 – Contemporary Approaches and Challeges of Tourism Sustainability , 21-22 octombrie 2021, București	Marioara Musteață-Pavel, Camelia Surugiu, Cristina Lixândroi	2021	-
9.	Importanța platformelor de socializare pentru o destinație turistică. Studiu de caz: Timișoara, Simpozionul internațional "50 de ani de cercetare în domeniul turismului în România: trecut, prezent și viitor" , 16-17 decembrie 2021, Bucuresti	Marioara Musteață-Pavel, Cristina Lixândroi	2021	-
10.	<i>Analysis of Timișoara tourism brand in the online environment</i> , The 2 nd International Conference on Re-shaping Territories, Environment and Societies: New Challenges for Geography (la Universitatea din Bucuresti, Facultatea de Geografie)	Mărioara Musteață-Pavel, Cristina Lixândroi	2020	-
11.	<i>The importance, context and framework of cultural tourism development at European level</i> , Conferinta Management, Leadership And Innovation Towards A Better Changing World (Universitatea Romano-Americana din Bucuresti, in parteneriat cu School Of Domestic and International Economy of Tourism si Varna University of Management, Bulgaria)	Alina Niculescu, Marian Florin Busuioc, Andreea Elisabeta Budacia	2020	-
12.	<i>Cultural tourism considered from the angle of statistical analysis of historical monuments at national level</i> , Conferinta Management, Leadership And Innovation Towards A Better Changing World (Universitatea Romano-Americana din Bucuresti, in parteneriat cu School Of Domestic And International Economy Of Tourism si Varna University Of Management, Bulgaria)	Alina Niculescu, Adrian Rădulescu, Marian Florin Busuioc	2020	-

Nr. crt.	Titlul articolului, Manifestarea științifică, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	An apariție	Nr. citări ISI
13.	<i>Monitorizarea turismului folosind datele statistice existente: comparație între stațiunea Călimănești – Căciulata și principalele stațiuni balneare din România ,</i> Conferința națională cu participare internațională „Turismul –șansa economiei naționale”, ediția a V-a, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, 16 mai 2019, București, Knowledge Horizons – Economics” , vol. 11, nr. 2, pp. 83-90, disponibil la http://orizonturi.ucdc.ro/arhiva/KHE%20nr.%202%20-%202019/11.%20TOURISM%20MONITORING.pdf	Cristi Frenț, Alina Niculescu, Adrian Rădulescu	2019	-
14.	<i>Developments and Involutions of tourism in the spa resorts in Romania and the case study for Lacu Sarat resort</i> (ro. Evoluții și involuții ale turismului în stațiunile balneare și studiu de caz stațiunea Lacu Roșu), Congresul Național de Medicină Fizică, de Recuperare și Balneologie, Galați, 4-6 septembrie 2019, rezumat disponibil in Balneo Research Journal, vol. 10, no, 3, p. 393, disponibil la http://bioclima.ro/Balneo276.pdf	Cristi Frenț, Georgeta Maiorescu	2019	-

4.2.3. Lucrări publicate în alte publicații relevante:

Nr.	Titlul articolului	Numele Jurnalului, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	Anul publicării
1.	The use of statistical data to measure the cultural performances of the counties in Romania	ROMANIAN ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW	Alina Niculescu, Marian Florin Busuioc	2022 (în curs de publicare)
2.	Estimating cultural tourism flows in Romania: empirical approaches based on existing data at municipality level	STUDIES IN BUSINESS AND ECONOMICS, vol. 18, issue (2), august 2023	Cristi Frenț, Alina Niculescu	2023 (în curs de publicare)
3.	Merging Tourism Information Centers and Sustainable Mobility Information Centers as Drivers for Tourism Development	TOURISM AND RURAL SPACE, volume 50, ISSN: 2971-9151	Coman M., Trifănescu R., Colceru I.	2022

Nr.	Titlul articolului	Numele Jurnalului, Volumul, Pagina nr.	Nume Autor	Anul publicării
	at Local Level			
4.	Are Romanian Tourism Companies Prepared for Digital Transformation? A Research Study in Timis County	CACTUS TOURISM JOURNAL , Vol. 3, No. 2, 2021 New Series, pp.17-25, ISSN 2247-3297, https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol_3_2/Pavel_et_al.pdf	Marioara Musteață-Pavel, Camelia Surugiu, Cristina Lixăndroi	2021
5.	Social Media Usage by Tourism Companies and their Behavioural Change during Covid-19 Pandemics	REVISTA DE TURISM , issue 32, http://www.revistadeturism.ro/rdt/article/view/538	Marioara Musteață-Pavel, Camelia Surugiu	2021
6.	Is Social Media a Valuable Tool For Evaluation of Tourism Services? Evidences for Bucharest Metropolis as a Tourism Destination	REVISTA DE TURISM , no 29(2020). Disponibil la http://www.revistadeturism.ro/rdt/article/view/447 ,	Camelia Surugiu, Raluca Maziescu, Doru-Marian Tudorache, Roxana Astefanoiaiei, Marius-Razvan Surugiu	2020
7.	The importance, context and framework of cultural tourism development at European level	ROMANIAN ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW , vol. VI, nr. 2, 2021, ISSN 1842 – 2497 (pp. 145 - 153), disponibil online la http://www.rebe.rau.ro/REBE-SU21.pdf	Alina Niculescu, Marian Florin Busuioc, Andreea Elisabeta Budacia	2021
8.	Cultural tourism considered from the angle of statistical analysis of historical monuments at national level	ROMANIAN ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW , vol. VI, nr. 2, 2021, ISSN 1842 – 2497 (pp. 79-86), (disponibil online la http://www.rebe.rau.ro/REBE-SU21.pdf	Alina Niculescu, Adrian Rădulescu, Marian Florin Busuioc	2021
9.	Sharing Economy, ICT and Digital Marketing Impact on the Recent Tourism Developments	HYPERION INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOPHYSICS & NEW ECONOMY , Volume 12, Issue 1, pp. 167-175, ISSN: 2069 – 3508, disponibil online la https://www.journal-hyperion.ro/journal-archive/category/39-volume-12-issue-1-2019?download=139:11-surugiu&start=9	Camelia Surugiu, Marius Surugiu, Raluca Mazilescu	2019

4.2.4. Studii, Rapoarte, Documente de fundamentare sau monitorizare care:
a) au stat la baza unor politici sau decizii publice:

Tip document	Nr.total	Publicat în:
Hotărâre de Guvern	-	-
Lege	-	-

Ordin ministru	-	-
Decizie președinte	-	-
Standard	-	-
Altele (<i>se vor preciza</i>)	-	-

b) au contribuit la promovarea științei și tehnologiei - evenimente de mediatizare a științei și tehnologiei:

Tip eveniment	Nr. apariții	Nume eveniment:
web-site	-	-
Emisiuni TV	-	-
Emisiuni radio	-	-
Presă scrisă/electronică	-	-
Cărți	-	-
Reviste	-	-
Bloguri	-	-
Altele (<i>se vor preciza</i>)	-	-

4.3. Tehnologii, procedee, produse informatice, rețele, formule, metode și altele asemenea:

Tip	Nr. Total	2019	2020	2021	2022
Tehnologii	-	-	-	-	-
Procedee	-	-	-	-	-
Produse informatice	-	-	-	-	-
Rețele	-	-	-	-	-
Formule	-	-	-	-	-
Metode	-	-	-	-	-
Altele asemenea (<i>se vor specifica</i>)	-	-	-	-	-

Din care:

4.3.1 Propuneri de brevete de invenție, certificate de înregistrare a desenelor și modelelor industriale și altele asemenea:

	Nr.propuneri brevete	Anul înregistrării	Autorul/Autorii	Numele propunerii de brevet
OSIM	-	-	-	1.
				2.
EPO	-	-	-	
USPTO	-	-	-	

4.4. Structura de personal:

Personal CD (Nr.)	2019	2020	2021	2022
Total personal	22	21	21	24
Total personal CD	18	16	17	17
cu studii superioare	17	15	16	16
cu doctorat	5	4	4	4
doctoranzi	-	-	1	1

4.4.1 Lista personalului de cercetare care a participat la derularea Programului-nucleu:

Nr.	Nume și prenume	Grad	Funcția	Echivalent normă întreagă 2019	Echivalent normă întreagă 2020	Echivalent normă întreagă 2021	Echivalent normă întreagă 2022	Anul angajării	Nr. Ore lucrate/ An 2019*	Nr. Ore lucrate/An 2020*	Nr. Ore lucrate/An 2021*	Nr. Ore lucrate/An 2022*
1.	Timotin Victor	CS II		0,47	0,35	0,16	0,06	1991	932	696	325	120
2.	Frent Cristi	CS I	Dir Gen	-	0,10	0,53	0,31	2002	-	200	1068	632
3.	Niculescu Alina	CS III	Vice preș. Cons. Șt.	0,42	0,57	0,51	0,68	2001	840	1151	1036	1375
4.	Lixandroi Cristina	CS III		0,28	0,31	0,13	0,30	2002	563	632	256	608
5.	Trifanescu Rodica	CS III		0,43	0,68	0,44	0,61	1990	857	1360	904	1216
6.	Musteata-Pavel Marioara	CS III		0,32	0,25	0,56	0,61	2003	630	496	1143	1216
7.	Creinicean Nadina	CS III		0,49	0,47	0,37	0,51	2015	975	936	759	1020
8.	Radulescu Adrian	CS III		0,29	0,41	0,41	0,50	2003	581	824	837	1008
9.	Barbu Mihaela	CS III		0,49	0,60	0,66	0,58	1996	984	1200	1336	1160
10.	Colceru Irina Claudia	CS		0,14	0,65	0,57	-	2019	288	1310	1168	-
11.	Coman Melania	ACS		-	0,41	0,51	-	2019	-	816	1046	-
12.	Cocieru Bogdan	ACS		-	-	0,43	0,08	2020	-	-	869	160
13.	Maiorescu Georgeta	CS II		0,43	0,22	-	-	1994	862	448	-	-
14.	Surugiu Camelia	CS II		0,17	0,06	-	-	2002	348	128	-	-
15.	Carlogea Alina	CS III		0,04	-	-	-	2000	82	-	-	-
16.	Tudorache Doru	CS III		0,14	-	-	-	2002	282	-	-	-
17.	Astefanoaiei Roxana	CS III		0,28	0,05	-	-	2002	557	104	-	-
18.	Iliescu Valentin	ACS		0,47	-	-	-	2019	934	-	-	-
19.	Stefan Daniela	tehnician		0,30	0,41	-	-	2004	603	828	-	-
20.	Tudorache Petronela	ACS		-	0,23	-	-	2018	-	464	-	-

* Se vor specifica numărul de ore lucrate în fiecare dintre anii de derulare ai Programului Nucleu, prin inserarea de coloane

4.5. Infrastructuri de cercetare rezultate din derularea programului-nucleu. Obiecte fizice și produse realizate în cadrul derulării programului; colecții și baze de date conținând înregistrări analogice sau digitale, izvoare istorice, eșantioane, specimene, fotografii, observații, roci, fosile și altele asemenea, împreună cu informațiile necesare arhivării, regăsirii și precizării contextului în care au fost obținute:

Nr.	Nume infrastructură/obiect/bază de date...	Data achiziției	Valoarea achiziției (lei)	Sursa finanțării	Valoarea finanțării infrastructurii din bugetul Progr. Nucleu	Nr. Ore-om de utilizare a infrastructurii pentru Programul-nucleu
1.	-	-	-	-	-	-
2.	-	-	-	-	-	-

5. Rezultatele Programului-nucleu au fundamentat alte lucrări de cercetare:

	Nr.	Tip
Proiecte internaționale	1	Ex. Orizont 2020, Bilateral, EUREKA, COST, etc. Erasmus+, 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461, Titlu proiect: <i>Enriching Digital Design Competences for the empowerment of Cultural Tourism</i>
Proiecte naționale	1	Ex. PNCDI III, etc. PN-III-P2-2.1-PED2019-1216, Titlu proiect: <i>Platformă informatică SMART de evaluare a costului transportului multimodal către stațiunile turistice din România</i>

6. Rezultate transferate în vederea aplicării :

Tip rezultat	Instituția beneficiară (nume instituție)	Efecte socio-economice la utilizator
Ex. tehnologie, studiu	nume IMM/instituție	
Rezumat studiu (2 studii)	Primăria municipiului Câmpulung (județul Argeș) Primăria municipiului Oradea (județul Bihor)	Mai multe soluții strategice pentru punerea în valoare a resurselor culturale din România municipiile Câmpulung și Oradea, au fost incluse în 2 studii de caz. În cadrul acestora s-au identificat principalele oportunități de dezvoltare a celor două destinații culturale, în vederea trasării unor direcții generale de dezvoltare a acestora, pentru susținerea și dezvoltarea acestui domeniu extrem de afectat de pandemia de Covid-19. Rezumatele studiilor de caz au fost trimise celor 2 municipalități prin e-mail în data de 9 decembrie 2022.
Un rezumat al Studiului de cercetare a industriei turistice privind	Ministerul Antreprenoriatului și Turismului Asociația pentru Promovarea și	În a treia fază a proiectului s-a realizat un raport de cercetare privind identificarea preferințelor ofertanților din industria

Tip rezultat	Instituția beneficiară (nume instituție)	Efecte socio-economice la utilizator
<i>preferințele în utilizarea marketingului digital pentru promovarea produselor turistice</i>	Dezvoltarea Turismului în județul Timiș	turistică din județul Timiș (structuri de primire turistică, agenții de turism, centre de informare turistică, ghizi turistici etc.) în ceea ce privește utilizarea principalelor instrumente de marketing digital, precum și impactul pe care îl obțin prin utilizarea acestora. Prin diseminarea rezultatelor obținute către ofertanții din turism, vom contribui la creșterea calității ofertei, a produsului turistic românesc în mediul on-line, mediul ce este folosit cu precădere la nivel mondial pentru a lua decizia de cumpărare a unui produs turistic. De asemenea prin înțelegerea modului de folosire și a impactului diverselor canale de social - media, va crește eficiența utilizării bugetelor de promovare pentru ofertanții din turism. Materialul a fost trimis prin email la data de 15 decembrie 2022.
<i>"Ghid pentru centrele de mobilitate" si 2 exemple de caz - fișe de prezentare a unor localități ca centre fezabile pentru dezvoltarea mobilității sustenabile</i>	- Centrul de Informare și Promovare în Turism respectiv Primăria comunei Râu de Mori, jud. Hunedoara; - Primăria Curcani, jud. Călărași și Fundația "Natura Vie" Călărași; - Primăria comunei Zetea, jud. Harghita	Transmiterea informațiilor, a conceptelor inovative și a soluțiilor de mobilitate către administrațiile publice locale, în scopul de a le sprijini în demersurile viitoare. Materialele au fost trimise în perioada 13-15 decembrie 2022.

7. Alte rezultate: (a se specifica, dacă este cazul).

8. Aprecieri asupra derulării programului și propuneri:

Programul Nucleu INOVADESTITUR realizat în perioada 2019-2022 și-a îndeplinit doar parțial obiectivele propuse inițial. Aceasta deoarece un proiect din cele trei proiecte care au demarat în 2019 nu a fost finalizat (rămânând nerealizate o subfază și 2 faze din cadrul acestui proiect). Cu toate acestea, apreciem că gradul în care s-au atins obiectivele programului este unul destul de mare și a fost în măsură să asigure obținerea unor rezultate de cercetare care au putut fi transferate unor potențiali beneficiari.

Propunem continuarea în viitor a programului Nucleu pe o perioadă de derulare de cel puțin 4 ani. Totodată ar fi utilă inițierea unor mecanisme de finanțare suplimentare care să asigure continuarea proiectelor rămase (nefinalizate) din cadrul Programului Nucleu 2019-2022 (în cazul nostru fiind vorba de un proiect nefinalizat). În acest mod, s-ar asigura îndeplinirea completă a obiectivelor stabilite inițial în cadrul programului Nucleu (cel puțin în cazul proiectelor pentru care s-a demarat finanțarea).

DIRECTOR GENERAL,

FREŢ Cristi
Semnătura

DIRECTOR DE PROGRAM,

FREŢ Cristi
Semnătura

DIRECTOR ECONOMIC,

MARCHIDAN Gabriela
Semnătura