

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Facultatea de Geografie
1.3 Departamentul	Departamentul de Geografie Umană și Turism
1.4 Domeniul de studii	GEOGRAFIE
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	GEOGRAFIA TURISMULUI

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing turistic		
2.2 Titularul activităților de curs	Lector dr. Cocean Radu		
2.3 Titularul activităților de seminar	radu.cocean@econ.ubbcluj.ro, 0745-598.818		
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	4
2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DOb

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități:					0
3.7 Total ore studiu individual	58				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Studenții: - vor fi punctuali și se vor prezenta la ore într-o ținută adecvată; - își vor închide telefoanele mobile pe durata desfășurării orelor; - nu vor părăsi sala de curs înaintea încheierii orelor. Este interzisă înregistrarea audio sau video a cursului sau seminarului.
5.2 De desfășurare a seminarului	

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Pe baza înțelegerii și aprofundării noțiunilor predate la curs și prin aplicarea lor în proiecte de seminar, studenții își vor dezvolta următoarele competențe profesionale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competențe de analiză: <ul style="list-style-type: none"> ○ identificarea segmentelor-țintă și estimarea mărimii pieței de desfacere ○ capacitatea de a concepe o ofertă de produse adecvate nevoilor segmentelor-țintă selectate • Competențe de sinteză: <ul style="list-style-type: none"> ○ capacitatea de a gândi un mix de marketing integrat • Competențe de gândire strategică: <ul style="list-style-type: none"> ○ capacitatea de a concepe o strategie și un plan de acțiune de marketing pentru o unitate de cazare
-------------------------	--

Competențe transversale	<p>Competențele transversale dezvoltate de acest curs reprezintă achiziții valorice și atitudinale care transcend un anumit domeniu/program de studii și se exprimă prin următorii descriptori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creativitate și inovare • Reflecție critică și constructivă • Aplicare, transfer și rezolvare de probleme • Explicare și interpretare • Autonomie și responsabilitate; • Interacțiune socială și dezvoltare personală și profesională.
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cursul de Marketing turistic are ca obiectiv familiarizarea studenților cu secțiunile de marketing care trebuie completate într-un Studiu de fezabilitate, menit să demonstreze viabilitatea unei investiții într-o structură de cazare turistică. În acest fel, după absolvirea cursului, studenții vor putea completa mai ușor documentația necesară atragerii de fonduri europene pentru dezvoltarea unor afaceri în industria ospitalității.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • înțelegerea noțiunilor fundamentale și cunoașterea terminologiei de specialitate din domeniu • cunoașterea unui algoritm de identificare a segmentelor-țintă și de estimare a mărimii pieței de desfacere potențiale • cunoașterea principalilor factori care influențează comportamentul de consum al turiștilor, precum și familiarizarea cu un model al deciziei de cumpărare • cunoașterea diferenței dintre mediul intern și cel extern și înțelegerea semnificației micro- și macro-mediului extern • cunoașterea modelului Porter (al celor 5 forțe), precum și cunoașterea modelului PESTEL și a tipurilor de factori din fiecare mediu relevant • cunoașterea semnificației mixului de marketing și a celor patru categorii de politici incluse aici (produs, preț, distribuție, promovare) • înțelegerea principalelor decizii din cadrul politicii de produs • cunoașterea modelului VSCAP și a utilizării sale pentru crearea de produse turistice adaptate nevoilor clienților • înțelegerea principalelor decizii ale politicii de preț • înțelegerea principalelor decizii ale politicii de comunicare, atât la nivelul promovării de produs, cât și la cel al brandingului firmei • înțelegerea principalelor decizii ale politicii de distribuție • cunoașterea unui algoritm integrat de elaborare a unei strategii și a unui plan de acțiune de marketing pentru o unitate de cazare

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Modul 1: Introducere. Noțiuni fundamentale	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 2: Algoritm de identificare a segmentelor-țintă și de estimare a mărimii pieței de desfacere potențiale	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 3: Modelul deciziei de cumpărare. Principalii factori care influențează comportamentul de consum al turiștilor	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 4: Micro și macro mediu extern al unității de cazare. Modelul Porter (al celor 5 forțe). Analiza PESTEL	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 5: Mixul de marketing. Politica de produs	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 6: Modelul VSCAP și utilizarea sa pentru crearea de produse turistice adaptate nevoilor clienților	*.ppt + dezbateri	3 ore
Modul 7: Mixul de marketing. Politica de preț	*.ppt + dezbateri	2 ore
Modul 8: Mixul de marketing. Politica de comunicare – promovarea de produs	*.ppt + dezbateri	3 ore
Modul 9: Mixul de marketing. Politica de comunicare – brandingul firmei	*.ppt + dezbateri	3 ore
Modul 10: Mixul de marketing. Politica de distribuție	*.ppt + dezbateri	3 ore
Modul 11: Strategia și planul de acțiune de marketing al unei unități de cazare	*.ppt + dezbateri	4 ore
Bibliografie:		
<ul style="list-style-type: none"> • Allon, G., Van Mieghem, J. – Curs Coursera “Scaling Operations” https://www.coursera.org/course/scalingoperations • Cetină, I., Brandabur, R., Constantinescu, M. – “Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații” – Ed. Uranus, 2001 • Kotler, P. – „Managementul marketingului” – Ed. Teora, 1998 • Kotler, P., Armstrong, G. – „Principiile marketingului” – Ed. a III-a – Ed. Teora, 2004 		

<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P., Haider, D., Rein, I. – „Marketingul locurilor” - Ed. Teora, 2001 • Middleton, V.T.C., Fyall, A., Morgan, M. – “Marketing in Travel and Tourism”, Fourth edition - Elsevier, 2009 • Olteanu, V. – „Marketingul serviciilor”-Ed. Ecomar, 2005 • Plăiaș, I. – „Comportamentul consumatorului”, Ed. Intelcredo, 1997 • Vorzsák, A. (coord.) & colab. -, „Marketing în terțiar”, Ed. Alma Mater, 2005 • Vorzsák, Á (coord.)& colab. - „Marketingul serviciilor. Probleme de ansamblu ale terțiarului” – Ed. Alma Mater, 2006 		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Studii de caz aferente tematicilor predate la curs	Analiză și dezbateri	Nu sunt
Bibliografie: Similară cu bibliografia pentru curs.		

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

Conținutul disciplinei a fost stabilit în concordanță cu cerințele pentru înscrierea la concursurile din firmele și instituțiile de specialitate.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe solide în domeniu	Examen	50%
		Activități derulate la curs	Puncte bonus (max. 5)
10.5 Seminar / laborator	Abilități de transpunere în practică a acestor cunoștințe	Activități derulate la seminar	50%
		Eseuri și alte activități pe platforma online a cursului	Puncte bonus (max. 5)
10.6 Standard minim de performanță: Nota finală minimă pentru promovarea disciplinei este 5, indiferent de opțiunea studentului privind metoda globală de evaluare.			

Data completării
19.04.2022

Titular de curs
Lector univ. dr. Radu Cocean

Titular de seminar
Lector univ. dr. Radu Cocean

Director de departament
Prof.univ.dr. Dezsi Ștefan

Data avizării în departament :