

## FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2022-2023

Anul de studiu III / Semestrul I

### Legendă:

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3. Departamentul	Departamentul de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii/calificarea*	Marketing/ 243103 Specialist marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs

#### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing turistic			2.2. Cod disciplină	MK 312		
2.3. Titularul activității de curs	Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra						
2.4. Titularul activității de seminar / laborator	Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	2	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

#### 3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					13
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități .....					

3.7 Total ore studiu individual	64
3.9 Total ore pe semestru	120
3.10 Numărul de credite**	5

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Marketing,
4.2. de competențe	C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor specifice Marketingului;

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala dotată cu videoproiector/tabla
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sala dotată cu videoproiector/tabla

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Utilizare adecvată conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C4 Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing
Competențe transversale	-

#### 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice în domeniile administrării afacerilor din turism, comerț, servicii în ceea ce privește marketingul turistic.
7.2 Obiectivele specifice	- Prezentarea și discutarea noilor abordări și soluții teoretice și practice cu care se confruntă marketingul în domeniul turismului.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizarea contribuției la pregătirea profesională a specialiștilor în producția și comercializarea produselor pe piața internă și internațională, deoarece sectorul serviciilor apare ca fiind 2 în curs de dezvoltare nu numai în comparație cu țările dezvoltate, cu economile de piață stabile ci și față de țări vecine, impunându-se reconsiderarea.</li> <li>- Cunoașterea rolului sectorului serviciilor în strategia dezvoltării economice.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi\*

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<b>1. Principalele coordonate ale marketingului turistic</b> Specificitatea conceptului de marketing în domeniul turismului Conținutul, rolul și funcțiile mix-ului de marketing în turism	<i>Prelegere, discutii, exemplificare,</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>2. Mediul extern al întreprinderii de turism</b> Micromediul întreprinderii de turism Mediul public al firmelor turistice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>3. Mediul extern al întreprinderii de turism</b> Macromediul în care acționează întreprinzătorii din turism	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>4. Piața turistică</b> Definirea pieței turistice Segmentarea pieței turistice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>5. Piața turistică</b> Elemente de previziune posibil a fi utilizate în cadrul pieței turistice Clasificarea metodelor de previziune Metode și tehnici cantitative de previziune Metode și tehnici intuitive de previziune în cadrul	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>6. Aspecte privind comportamentul individual al turistului -partea 1</b> Conceptualizarea motivației turistice Principalele trăsături ale mediului ambiant în care se formează motivația turistică Factorii de influență ai motivației turistice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore fizice Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019

<p><b>7. Aspecte privind comportamentul individual al turistului -partea 2</b></p> <p>Modele de studiere a comportamentului turistului</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore fizice</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>8. Sistemul informațional de marketingul utilizat în activitatea de turism</b></p> <p>Criterii și modalități de organizare a sistemului Informațional de marketing în domeniul turismului</p> <p>Structura sistemului informațional de marketing</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore online Microsoft Teams</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>9. Politica de produs</b></p> <p>Conceptul de produs turistic</p> <p>Conceptul privind ciclul de viață al produsului turistic</p> <p>Strategii de marketing în domeniul produsului turistic</p> <p>Crearea de noi produse turistice</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore online Microsoft Teams</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>10. Politica de produs</b></p> <p>Strategii de marketing în domeniul produsului turistic</p> <p>Crearea de noi produse turistice</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore online Microsoft Teams</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>11. Politica de distribuție</b></p> <p>Conceptul de distribuție în domeniul produselor turistice</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore online Microsoft Teams</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>12. Politica de prețuri și tarife</b></p> <p>Prețul și tarifele în politica de marketing a firmelor din turism</p> <p>Metode de stabilire a prețurilor și tarifelor în domeniul turismului</p> <p>Strategii de prețuri și tarife în domeniul turismului</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore online Microsoft Teams</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>13. Politica de promovare</b></p> <p>Obiectivele activității promoționale în domeniul turismului</p> <p>Componentele politicii promoționale</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore fizic</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>
<p><b>14. Politica de promovare</b></p> <p>Particularități în realizarea și difuzarea documentelor de informare turistică</p> <p>Strategii de promovare în turism</p>	<p><i>Prelegere, discutii, exemplificare</i></p>	<p>2 ore fizic</p> <p>Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic</p> <p>Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019</p>

**Bibliografie:**

1. Dubois, P. - L., Jolibert, A. - Marketing. Teorie Și Practică; Vol. I Și II. Imprimeria "Ardealul" Cluj, 1994.
2. Florescu, C. - Coord. - Marketing, Editura Marketer, Grup Academic De Marketing Și Management, București, 1992.
3. Olteanu, V., Cetina, I. - Marketingul Serviciilor, Ed. Expert, București 1994
4. Stănciulescu, G., Stan, S., Milcu, M. - Tehnica Operațiunilor De Turism, Ed. ALL, București, 1995

5. Stremțan F. Lazea R., Marketing Turistic-Note De Curs, Seria Didactica, 2019
6. Balaure, Virgil; Catoiu, Iacob; Veghes, Calin (2005), Marketing Turistic
7. Mariana Bucur-Sabo (2006), Marketing Turistic
8. Dumitru Patriche, Filimon Stremtan, Ana Ispas, Iulian Patriche (2000) Elemente De Marketing Turistic
9. Blanca Garcia Henche (2004), Marketing În Turismul Rural
10. Silvia Elena Cristache (2008), Metode Statistice Cu Aplicatii In Managementul Turistic

<b>8.2. Seminar-laborator</b>		
<b>1. Elemente introductive</b> Conceptul de marketing în domeniul turismului Definierea, evoluția conceptului de marketing în domeniul turismului	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>2. Principalele coordonate ale marketingului turistic</b> Conceptul de marketing în domeniul turismului Conținutul, rolul și funcțiile mix-ului de marketing în turism - aplicații practice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>3. Micromediul firmei de turism – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>4. Macromediul firmei de turism – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>5. Piața turistică - aplicații</b> Definierea pieței turistice Cererea turistică Segmentarea pieței turistice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>6. Elemente de previziune posibil a fi utilizate în cadrul pieței turistice.</b> Metode și tehnici posibil a fi utilizate în previziunea fenomenelor de natură economică din cadrul pieței turistice	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>7. Aspecte privind comportamentul individual al turistului – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>8. Sistemul informațional de marketingul utilizat în activitatea de turism</b>	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare, Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic  Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic  Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria

		didactica, 2019
<b>9. Politica de produs – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore online Microsoft Teams Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>10. Politica de produs – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore online Microsoft Teams Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>11. Politica de preț – studiu de caz, aplicații</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore online Microsoft Teams Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>12. Politica de distribuție – studiu de caz, aplicații</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore online Microsoft Teams Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>13. Politica de promovare – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
<b>14. Politica de promovare – studiu de caz</b>	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore fizic Mariana BUCUR-SABO (2006), Marketing turistic Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019

#### **Bibliografie**

1. Dubois, P. - L., Jolibert, A. - Marketing. Teorie și practică; Vol. I și II. Imprimeria “Ardealul” Cluj, 1994.
2. Florescu, C. - coord. - Marketing, Editura Marketer, Grup Academic de Marketing și Management, București, 1992.
3. Olteanu, V., Cetina, I. - Marketingul serviciilor, Ed. Expert, București 1994
4. Stănciulescu, G., Stan, S., Milcu, M. - Tehnica operațiunilor de turism, Ed. ALL, București, 1995
5. Stremțan F. Lazea R., Marketing turistic-note de curs, seria didactica, 2019
6. Balaure, Virgil; Catoiu, Iacob; Veghes, Calin (2005), Marketing turistic
7. Mariana Bucur-Sabo (2006), Marketing turistic
8. Dumitru Patriche, Filimon Stremtan, Ana Ispas, Iulian Patriche (2000) Elemente de marketing turistic
9. Blanca Garcia Henche (2004), Marketing în turismul rural
10. Silvia Elena Cristache (2008), Metode statistice cu aplicatii in managementul turistic

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

-

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Verificare pe parcurs</i>	<i>Examen scris</i>	70%
10.5 Seminar/laborator	<i>Suport în format electronic</i>	<i>Proiect de semestru</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță: - prezență minim 80% din totalitatea seminariilor - minim 50% prezență la cursuri - realizarea proiectului de semestru conform cerințelor - obținerea notei 5			

Data completării  
21.09.2022

Semnătura titularului de curs  
Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra

Semnătura titularului de seminar  
Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în departament  
21.09.2022

Semnătura Directorului De Departament  
Conf.univ.dr. Maican Silvia Ștefania