



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2023-2024

1. Date despre program

| | |
|--|----------------------------|
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai |
| 1.2. Facultatea | Business |
| 1.3. Departamentul | Servicii de Ospitalitate |
| 1.4. Domeniul de studii | Administrarea Afacerilor |
| 1.5. Ciclul de studii | Master |
| 1.6. Programul de studiu / Calificarea | Management hotelier |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|------------------------------------|----------------|---|------------------------|---|--------------------------|-------------|
| 2.1. Denumirea disciplinei | Marketing hotelier | | | | | | |
| 2.2. Codul disciplinei | IMR0030 | | | | | | |
| 2.3. Titularul activităților de curs | Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma | | | | | | |
| 2.4. Titularul activităților de seminar | Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma | | | | | | |
| 2.5. Anul de studiu | II | 2.6. Semestrul | I | 2.7. Tipul de evaluare | E | 2.8. Regimul disciplinei | Obligatoriu |

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

| | | | | | |
|--|----|---------------------|----|--------------|-----|
| 3.1. Număr de ore pe săptămână | 4 | Din care: 3.2. curs | 2 | 3.3. seminar | 1 |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | 42 | Din care: 3.5. curs | 28 | 3.6. seminar | 14 |
| Distribuția fondului de timp: | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 30 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 30 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 38 |
| Tutoriat | | | | | 2 |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | 6 |
| 3.7. Total ore studiu individual | | | | | 108 |
| 3.8. Total ore pe semestru | | | | | 150 |
| 3.9. Numărul de credite | | | | | 6 |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--------------------|--|
| 4.1. de curriculum | |
| 4.2. de competențe | |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|---|---|
| 5.1. De desfășurare a cursului | Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector |
| 5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului | Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector |



6. Competențele specifice acumulate

| | |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | <ul style="list-style-type: none">• C1. Administrarea activității unei unități/ subdiviziuni specifice domeniului ospitalității și turismului• C4. Elaborarea de alternative decizionale și analizarea impactului acestora asupra funcționării unităților cu servicii de ospitalitate /turistice, utilizând tehnologii informaționale moderne |
| Competențe transversale | CT1. Aplicarea normelor și valorilor eticii profesionale specifice domeniului ospitalității și turismului |

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

| | |
|---|--|
| 7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate | <ul style="list-style-type: none">• Însușirea de către masteranzi a strategiilor de marketing cu care operează hotelurile. |
| 7.2. Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none">• Însușirea fundamentelor, mijloacelor operaționale și instrumentelor concrete pentru a înțelege și a pune în operă demersul marketingului în industria hotelieră.• În urma parcurgerii acestui curs masteranzii vor fi capabili să identifice, analizeze și planifice activitatea de marketing a unui hotel. |

8. Conținuturi

| 8.1. Curs | | Metode de predare | Observații |
|-----------|---|---|-------------|
| 1 | CONCEPTE ÎN MARKETINGUL HOTELIER Concepte introductive | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 2 | CONCEPTE ÎN MARKETINGUL HOTELIER Ce este marketingul hotelier? Apariția și dezvoltarea marketingului hotelier Confuzii legate de conceptul de marketing | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 3 | CONCEPTE ÎN MARKETINGUL HOTELIER Conținutul și natura serviciilor Trăsăturile serviciilor în industria hotelieră Rolul marketingului în industria turistică și hotelieră | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 4 | PLANIFICAREA ACTIVITĂȚII DE MARKETING | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |



| | | | |
|----|--|---|-------------|
| 5 | ANALIZA CLIENȚILOR | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 6 | ANALIZA CONCURENȚILOR | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 7 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii de produs | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 8 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii de preț | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 9 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii de distribuție | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 10 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii de promovare | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 11 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii pentru mixul de marketing extins (1) | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 12 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii pentru mixul de marketing extins (2) | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 13 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Strategii de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale (1) | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 14 | POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |



| | | | |
|----------------------------|--|--|--|
| | <p>MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Strategii de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale (2)</p> | | |
| <p>Bibliografie</p> | <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bowie D., Buttle F., Brookes, M., Mariussen A., Hospitality Marketing, 3rd edition, Routledge, 2016. 2. Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A. (Editors), Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management A Quality of Life Perspective, Springer, 2019. 3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y., Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences, Routledge, 2019. 4. Hirst C., Tresidder R., Marketing in Tourism, Hospitality, Events and Food. A Critical Approach, 2nd Edition, Goodfellow Publishers Ltd, 2016. 5. Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, 7th ed., Pearson, 2016. 6. McGuire, K.A., Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy, Wiley, 2016. 7. Middleton, V.T.C, Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A., Marketing in travel and tourism, 4th Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2009. 8. Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., Destination Brands. Managing Place Reputation, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2011. 9. Palmer, A., Principles of services marketing, 7th Edition, McGraw-Hill Education, 2014. 10. Reid, R.D., Bojanic, D.C., Hospitality Marketing Management, 5th ed., John Wiley&Sons, New Jersey, 2010. 11. The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality. Cutting Edge Thinking and Practice Edited by Michael C. Sturman Jack B. Corgel Rohit Verma, Wiley, 2011. | | |

| 8.2. Seminar | | Metode de predare | Observații |
|--------------|---|--|------------|
| 1 | Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de seminar. | Expunere interactivă, exemplificare | Un seminar |
| 2 | Povestea Sheraton | Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 3 | Restaurantul McDonalds al seniorilor | Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 4 | Cercul calității | Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 5 | Segmente de clienți de pe piața hotelieră clujeană – mini proiect 1 | Prezentare proiect de echipă și discuții | Un seminar |
| 6 | Oferta hotelieră clujeană și principalele puncte de diferențiere a hotelurilor – mini proiect 2 | Prezentare proiect de echipă și discuții | Un seminar |
| 7 | Harta de poziționare – mini proiect 3 | Aplicații practice, exercițiul | Un seminar |
| 8 | Stabilirea tarifelor hoteliere | Aplicații practice, exercițiul | Un seminar |
| 9 | Sisteme de distribuție în industria hotelieră | Dezbateri studiu de caz | Un seminar |



| | | | |
|----|---|--|------------|
| 10 | Rolul rețelelor de socializare în industria hotelieră– mini proiect 4 | Prezentare proiect de echipă și discuții | Un seminar |
| 11 | Walt Disney | Dezbatere studiu de caz | Un seminar |
| 12 | Lifestyle hotel și implicațiile asupra mixului de marketing– mini proiect 5 | Prezentare proiect de echipă și discuții | Un seminar |
| 13 | Franciza | Dezbatere studiu de caz | Un seminar |
| 14 | Investiția directă | Dezbatere studiu de caz | Un seminar |

Bibliografie

Bibliografie

1. Bowie D., Buttle F., Brookes, M., Mariussen A., Hospitality Marketing, 3rd edition, Routledge, 2016.
2. Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A. (Editors), Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management A Quality of Life Perspective, Springer, 2019.
3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y., Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences, Routledge, 2019.
4. Hirst C., Tresidder R., Marketing in Tourism, Hospitality, Events and Food. A Critical Approach, 2nd Edition, Goodfellow Publishers Ltd, 2016.
5. Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, 7th ed., Pearson, 2016.
6. McGuire, K.A., Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy, Wiley, 2016.
7. Middleton, V.T.C, Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A., Marketing in travel and tourism, 4th Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2009.
8. Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., Destination Brands. Managing Place Reputation, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2011.
9. Palmer, A., Principles of services marketing, 7th Edition, McGraw-Hill Education, 2014.
10. Reid, R.D., Bojanic, D.C., Hospitality Marketing Management, 5th ed., John Wiley&Sons, New Jersey, 2010.
11. The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality. Cutting Edge Thinking and Practice Edited by Michael C. Sturman Jack B. Corgel Rohit Verma, Wiley, 2011.

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

Temele abordate sunt similare celor abordate în alte centre universitare de prestigiu din țară și străinătate. În vederea adaptării conținuturilor disciplinei la cerințele pieței muncii au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe.
- Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.



| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|---|--|-------------------------|--|
| Curs | <ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate;• Corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate;• Coerența logică în gândire. | examen final scris | 60% |
| Seminar | <ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățate;• Capacitatea de a identifica strategii de marketing;• Creativitatea;• Capacitatea de a lucra în echipă.• Capacitatea de a formula și lua cele mai bune decizii pe baza unor situații date. | 4 mini-proiecte | 40% (10% fiecare dintre cele 5 proiecte) |
| Standard minim de performanță | | | |
| <ul style="list-style-type: none">• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate;• utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate. | | | |

Data completării

29.09.2023

Semnătura titularului de curs

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Semnătura titularului de seminar

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Data avizării în departament

11.10.2023

Semnătura directorului de departament

Conf.dr. Marius Bota