



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024-2025

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 în Servicii de Ospitalitate |
| 1.5. Ciclul de studii | Licența |
| 1.6. Programul de studiu / Calificarea | Administrarea Afacerilor |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|------------------------------------|----------------|----|------------------------|---|--------------------------|-------------|
| 2.1. Denumirea disciplinei | Marketingul destinației turistice | | | | | | |
| 2.2. Codul disciplinei | ILR0101 | | | | | | |
| 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 | II | 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 | 2 |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | 56 | Din care: 3.5. curs | 28 | 3.6. seminar | 28 |
| 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 seminar/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 19 |
| Tutoriat | | | | | 2 |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | 6 |
| 3.7. Total ore studiu individual | | | | | 69 |
| 3.8. Total ore pe semestru | | | | | 125 |
| 3.9. Numărul de credite | | | | | 5 |

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">C2.2. Analiza, selectarea și validarea metodelor de cercetare a mediului de afaceri în funcție de cerințele specifice ale sistemului decisionalC4.5. Proiectarea și propunerea unor îmbunătățiri ale strategiilor de dezvoltare a afacerilor în organizațiile din industria ospitalității |
| Competențe transversale | <ul style="list-style-type: none">CT 2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei |

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

| | |
|---|---|
| 7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate | Înșușirea de către studenți a fundamentelor, mijloacelor operaționale și instrumentelor concrete pentru a înțelege și a pune în operă demersul marketingului destinațiilor turistice, a concepției globale privind funcționarea activităților în industriile ospitalității și turismului. |
| 7.2. Obiectivele specifice | În urma parcurgerii acestui curs studenții vor fi capabili să identifice, analizeze și planifice potențialul de dezvoltare turistică a unei destinații. |

8. Conținuturi

| 8.1. Curs | | Metode de predare | Observații |
|-----------|--|---|-------------|
| 1 | Aspecte introductive în marketingul destinației turistice Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 2 | Destinațiile turistice și marketingul destinațiilor: definiții, concepte și perspective Ce sunt destinațiile turistice? | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 3 | Destinațiile turistice și marketingul destinațiilor: definiții, concepte și perspective Ce este marketingul destinațiilor și care este scopul său | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 4 | Destinațiile turistice și marketingul destinațiilor: definiții, concepte și perspective Clasificarea destinațiilor turistice Impactul destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 5 | Stakeholderii destinațiilor turistice Definirea stakeholder-ilor Analiza stakeholder-ilor destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |



| | | | |
|---------------------|--|---|-------------|
| | Importanța parteneriatului public-privat în turism | | |
| 6 | Procesul strategic de creare a destinației turistice Procesul de planificare strategică a destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 7 | Procesul strategic de creare a destinației turistice Etapile procesului de planificare strategică a destinațiilor turistice Strategii de marketing pentru destinațiile turistice Ciclul de viață al destinațiile turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 8 | Alegerea destinației turistice Strategii de căutare a informațiilor despre destinațiile turistice Motivațiile de călătorie, beneficii și constrângeri | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 9 | Alegerea destinației turistice Procesul de alegere a destinației turistice Consumul experiențial și marketingul destinației | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 10 | Promovarea destinațiilor turistice Instrumente și tehnici de promovare a destinațiilor turistice Strategii de branding a destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 11 | Promovarea destinațiilor turistice Poveștile destinației turistice (destination storytelling) | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 12 | Destinații tematice Destinații de vinuri Destinații de film | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 13 | Evaluarea performanțelor destinațiilor turistice Importanța evaluării rezultatelor obținute Factorii care afectează competitivitatea destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| 14 | Evaluarea performanțelor destinațiilor turistice Metode de măsurare a competitivității și performanțelor destinațiilor turistice | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | O prelegere |
| Bibliografie | | Bibliografie 1. Bojanic, D.C., Reid, R.D., Hospitality Marketing Management, 6th Edition, Wiley, 2016. 2. Bowie D., Buttle F., Brookes, M., Mariussen A., Hospitality Marketing, 3rd edition, Routledge, 2016. | |



3. CaMilleri, M.A., Tourism Planning and Destination Marketing, Emerald Publishing, 2018.
4. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y., Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences, Routledge, 2019.
5. Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, global edition, 7th ed., Pearson, 2017.
6. Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., Destination Brands. Managing Place Reputation, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2011.
7. Morrison, A.M., Marketing and managing tourism destinations, second edition, Routledge, 2019.
8. Palmer, A., Principles of services marketing, 7th Edition, McGraw-Hill Education, 2014.
9. Pike, S., Destination Marketing: Essentials, Routledge, 2020.
10. Wang, Y., Pizam, A., Destination Marketing and Management: Theories and Applications, CABI, 2011.
11. World Tourism Organization, A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, 2007.

| 8.2. Seminar | | Metode de predare | Observații |
|--------------|--|---|------------|
| 1 | Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de seminar | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | Un seminar |
| 2 | Tipologia destinațiilor turistice și factorii cheie a succesului destinației | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 3 | Avantajele și inconvenientele destinațiilor | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 4 | Clasificarea destinațiilor turistice | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 5 | Impactul destinațiilor turistice | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 6 | Stakeholderii destinațiilor turistice și interesele lor | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 7 | Elemente de sustenabilitate a destinațiilor turistice | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 8 | Concurența pe piața turistică și segmentarea pieței | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 9 | Comportamentul călătorilor de căutare a informațiilor | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 10 | Alegerea destinației și marketingul experiențial | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 11 | Brandingul destinației | Exercițiu Dezbateri studiu de caz | Un seminar |
| 12 | Storytelling și destinații tematice | Aplicație practică | Un seminar |
| 13 | Analiza portofoliilor individuale realizate pe parcursul activităților de seminar | Prezentare și discuții | Un seminar |
| 14 | Prezentare proiecte de grup | Dezbateri | Un seminar |



| | |
|---------------------|---|
| Bibliografie | Bibliografie <ol style="list-style-type: none">1. Bojanic, D.C., Reid, R.D., Hospitality Marketing Management, 6th Edition, Wiley, 2016.2. Bowie D., Buttle F., Brookes, M., Mariussen A., Hospitality Marketing, 3rd edition, Routledge, 2016.3. CaMilleri, M.A., Tourism Planning and Destination Marketing, Emerald Publishing, 2018.4. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y., Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences, Routledge, 2019.5. Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, global edition, 7th ed., Pearson, 2017.6. Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., Destination Brands. Managing Place Reputation, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2011.7. Morrison, A.M., Marketing and managing tourism destinations, second edition, Routledge, 2019.8. Palmer, A., Principles of services marketing, 7th Edition, McGraw-Hill Education, 2014.9. Pike, S., Destination Marketing: Essentials, Routledge, 2020.10. Wang, Y., Pizam, A., Destination Marketing and Management: Theories and Applications, CABI, 2011.11. World Tourism Organization, A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, 2007. |
|---------------------|---|

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 |
|----------------|--|----------------------------------|------------------------------|
| 10.4 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% |
| 10.5 Seminar | <ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățate;• Creativitatea; | proiect de echipă cu o temă dată | 20% |



| | | | |
|---|---|--|-----|
| | <ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a lucra în echipă.• Capacitatea de analiză și interpretare a unor date de specialitate;• Capacitatea de fundamentare a unei decizii;• Capacitatea de a formula și lua cele mai bune decizii pe baza unor situații date;• Dobândirea unui limbaj de specialitate. | portofoliu individual de aplicații și studii de caz propuse spre rezolvare | 20% |
| Observație: ponderea componentelor în nota finală rămâne neschimbată în sesiunea de re-examinare | | | |
| Standard minim de performanță | | | |
| <ul style="list-style-type: none">• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate;• utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate. | | | |

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

23.04.2024

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

22.05.2024

Conf.dr. Marius Bota