



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
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



MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Strategii de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale (2)		
Bibliografie	Bibliografie <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	Dezbatere studiu de caz	Un seminar
3	Restaurantul McDonalds al seniorilor	Dezbatere studiu de caz	Un seminar
4	Cercul calității	Dezbatere 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	Dezbatere 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

24.04.2024

Semnătura titularului de curs

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Semnătura titularului de seminar

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Data avizării în departament

22.05.2024

Semnătura directorului de departament

Conf.dr. Marius Bota