



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	Masterat
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Management Hotelier

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnici de vânzare în industria hotelieră						
2.2. Codul disciplinei	IMR0062						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul disciplinei	Optional

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	24	Din care: 3.5. curs	12	3.6. seminar	12
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					13
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					10
Pregătire examen final					
3.7. Total ore studiu individual					51
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

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
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">CT3 Valorificarea eficientă a variatelor resurse și tehnici de învățare pentru dezvoltarea personală

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none">însușirea de către studenți a conceptului de managementul vânzărilor și a tehnicilor de vânzare folosite în domeniul hotelier
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">însușirea modalităților și tehnicilor de identificare, prospectare și segmentare a cliențilorstudiere modalităților de abordare și comunicare cu cliențiianaliza obiecțiilor și a modului de întâmpinare a acestoraînsușirea unor tehnici de vânzare și aprofundarea aspectelor privind rolul și importanța forței de vânzare în cadrul companiilor

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și cerințele privind evaluarea studenților, introducerea privind managementul vânzărilor și activitatea de vânzare în general și în mod particular în turism și în industria hotelieră	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
2	Forța de vânzare (obiective, structură, dimensiune etc.)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
3	Etapile procesului de vânzare (prospectare, abordarea clientului și tehnici de abordare: promovarea vânzărilor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
4	Prezentarea de vânzare, Instrumente folosite pentru a vinde	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
5	Întâmpinarea obiecțiilor.	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
6	Finalizarea vânzării și abordarea post-vânzare	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Bibliografie		1. Siguaw J.A. (2004), Hospitality sales: Selling smarter, Delmar Learning by Thomson, New York.	



	<ol style="list-style-type: none">Futrell C.M. (2011), Fundamentals of selling, Customers for life through service, McGraw Hill, New York.Kaufmann T., Lashley C., Schreier L. A. (2009), Timeshare management, The key issues for hospitality managers, BH by Elsevier, Oxford.Kotler Ph., Bowen J.T., Makens J.C., Balogu S. (2017), Marketing for Hospitality and Tourism, seventh edition, Pearson, Global Edition.Reid R.D. & Bojanic D.C. (2006), Hospitality marketing management, 4-th edition, Wiley, New Jersey.
--	---

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți atât de la curs cât și de la seminar, responsabilitățile privind întreg semestrul, Importanța managementului vânzărilor în turism și în industria hotelieră	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
2	Am atuurile necesare pentru a fi o persoană de vânzări în industria hotelieră?	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
3	Prezentarea beneficiilor serviciului ca tehnică de abordare, O conversație neobișnuită, The Wind Shack	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar (2 ore)
4	Prezentarea de vânzare folosind tehnica SPIN, vânzarea personală ACCOR Hotels	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
5	Situații în care persoana de vânzări trebuie să gestioneze obiecții, Orange Wings	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar (2 ore)
6	Cum să câștigi angajamentul unui client, importanța marketingului relațional, The Times Hotel, Lucky Larry's	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none">Siguaw J.A. (2004), Hospitality sales: Selling smarter, Delmar Learning by Thomson, New York.Futrell C.M. (2011), Fundamentals of selling, Customers for life through service, McGraw Hill, New York.Kaufmann T., Lashley C., Schreier L. A. (2009), Timeshare management, The key issues for hospitality managers, BH by Elsevier, Oxford.Kotler Ph., Bowen J.T., Makens J.C., Balogu S. (2017), Marketing for Hospitality and Tourism, seventh edition, Pearson, Global Edition.Reid R.D. & Bojanic D.C. (2006), Hospitality marketing management, 4-th edition, Wiley, New Jersey.		

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;• capacitatea de a lucra la studii de caz/ aplicații.	Portofoliu cu activități (sincron și asincron - în timpul semestrului)	40% (20% sincron și 20% asincron)
10.6. În sesiunea de restanțe, evaluarea rămâne la fel.			
10.7. 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

24.04.2024

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

22.05.2024

Conf. Dr. Marius Bota