



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2022-2023

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	Asist.drd. Ionuț Călin Căzan						
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 seminarii/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 Cercetarea mediului de afaceri pentru fundamentarea deciziei de afaceri• C4 Implementarea 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

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	50%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățate;• Creativitatea;• Capacitatea de a lucra în echipă.	proiect de echipă cu o temă dată	30%
	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de analiză și interpretare a unor date de specialitate;	portofoliu individual de aplicații și studii de caz propuse spre rezolvare	20%



	<ul style="list-style-type: none">• 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.		
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

Prof.dr. Smaranda Adina Cosma

Asist.drd. Ionuț Călin Căzan

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

Conf.dr. Oana Adriana Gică