



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Marketing hotelier**  
Anul universitar 2025-2026

**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 studii / Calificarea | Management hotelier/master   |
| 1.7. Forma de învățământ               | Învățământ cu frecvență (IF) |

**2. Date despre disciplină**

|                                         |    |                                    |   |                        |   |                          |             |
|-----------------------------------------|----|------------------------------------|---|------------------------|---|--------------------------|-------------|
| 2.1. Denumirea disciplinei              |    | Marketing hotelier                 |   |                        |   | Codul disciplinei        | IMR0030     |
| 2.2. Titularul activităților de curs    |    | Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA |   |                        |   |                          |             |
| 2.3. Titularul activităților de seminar |    | Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA |   |                        |   |                          |             |
| 2.4. Anul de studiu                     | II | 2.5. Semestrul                     | 1 | 2.6. Tipul de evaluare | E | 2.7. Regimul disciplinei | Obligatorie |

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

|                                                                                                        |    |                     |    |                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------|----|----------------------------------|------------|
| 3.1. Număr de ore pe săptămână                                                                         | 3  | din care: 3.2. curs | 2  | 3.3. seminar/ laborator/ proiect | 1          |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ                                                                | 42 | din care: 3.5. curs | 28 | 3.6 seminar/laborator            | 14         |
| <b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b> |    |                     |    |                                  | <b>ore</b> |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)                                       |    |                     |    |                                  | 30         |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren         |    |                     |    |                                  | 30         |
| Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri                        |    |                     |    |                                  | 38         |
| Tutoriat (consiliere profesională)                                                                     |    |                     |    |                                  | 2          |
| Examinări                                                                                              |    |                     |    |                                  | 2          |
| Alte activități                                                                                        |    |                     |    |                                  | 6          |
| <b>3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>                       |    |                     |    |                                  | <b>108</b> |
| <b>3.8. Total ore pe semestru</b>                                                                      |    |                     |    |                                  | <b>150</b> |
| <b>3.9. Numărul de credite</b>                                                                         |    |                     |    |                                  | <b>6</b>   |

**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 |



### 6.1. Competențele specifice acumulate

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

### 6.2. Rezultatele învățării

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cunoștințe                    | <p>Studentul deține cunoștințe cu privire la componentele micromediului și ale macromediului de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Studentul cercetează și înțelege nevoile și așteptările clienților cu privire la un produs sau serviciu pentru a identifica și a soluționa consecvențele și dezacordurile posibile ale părților interesate implicate.</li><li>Studentul știe să analizeze mediul extern și intern al unei organizații, identificând punctele forte și punctele slabe, pentru a oferi o bază pentru strategiile societății și pentru planificare ulterioară.</li><li>Studentul identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor.</li></ul> |
| Aptitudini                    | <p>Studentul demonstrează că are capacitatea de a identifica și de a analiza elementele micromediului și ale macromediului de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Studentul efectuează cercetări și analize asupra factorilor externi care influențează afacerile, cum ar fi consumatorii, poziția pe piață, concurenții și mediul politic.</li><li>Studentul demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență.</li><li>Studentul demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri.</li></ul>  |
| Responsabilități și autonomie | <p>Studentul este capabil să ia decizii la nivelul postului pe care îl ocupă și să își asume responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Studentul demonstrează capacitatea de a elabora propuneri și de a lua deciziile corespunzătoare, ținând seama de criterii economice.</li><li>Studentul stabilește o relație pozitivă, pe termen lung, între organizații și părțile terțe interesate, cum ar fi furnizorii, distribuitorii, acționarii și alte părți interesate, pentru a le furniza informații despre organizație și obiectivele acesteia.</li></ul>                                                                                                  |

### 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

|                                       |                                                                                        |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Înșușirea de către masteranzi a strategiilor de marketing cu care operează hotelurile. |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|



|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.2 Obiectivele specifice</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Însușirea fundamentelor, mijloacelor operaționale și instrumentelor concrete pentru a înțelege și a pune în operă demersul marketingului în industria hotelieră.</li><li>• În urma parcurgerii acestui curs masteranzii vor fi capabili să identifice, analizeze și planifice activitatea de marketing a unui hotel.</li></ul> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 8. Conținuturi

| 8.1 Curs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Metode de predare                                                 | Observații         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|
| CONCEPTE ÎN MARKETINGUL HOTELIER<br>Concepte introductive<br>Ce este marketingul hotelier?<br>Apariția și dezvoltarea marketingului hotelier<br>Confuzii legate de conceptul de marketing<br>Conținutul și natura serviciilor<br>Trăsăturile serviciilor în industria hotelieră<br>Rolul marketingului în industria turistică și hotelieră                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 3 cursuri (6 ore)  |
| PLANIFICAREA ACTIVITĂȚII DE MARKETING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 1 curs (2 ore)     |
| ANALIZA CLIEŢILOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 1 curs (2 ore)     |
| ANALIZA CONCURENȚILOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 1 curs (2 ore)     |
| POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI.<br>MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ<br>Politici și strategii de produs<br>Politici și strategii de preț<br>Politici și strategii de distribuție<br>Politici și strategii de promovare<br>Politici și strategii pentru mixul de marketing extins                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 6 cursuri (12 ore) |
| POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI.<br>MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ<br>Strategii de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare | 2 cursuri (4 ore)  |
| <b>Bibliografie</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Bowie D., Buttle F., Brookes, M., Mariussen A., Hospitality Marketing, 3rd edition, Routledge, 2016.</li><li>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.</li><li>3. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y., Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences, Routledge, 2019.</li><li>4. Hirst C., Tresidder R., Marketing in Tourism, Hospitality, Events and Food. A Critical Approach, 2nd Edition, Goodfellow Publishers Ltd, 2016.</li><li>5. Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, 7th ed., Pearson, 2016.</li><li>6. McGuire, K.A., Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy, Wiley, 2016.</li></ol> |                                                                   |                    |



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 / laborator                                                                         | Metode de predare                        | Observații        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|
| Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de seminar.             | Expunere interactivă, exemplificare      | 1 seminar (2 ore) |
| Povestea Sheraton                                                                               | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Restaurantul McDonalds al seniorilor                                                            | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Cercul calității                                                                                | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Segmente de clienți de pe piața hotelieră clujeană – mini proiect 1                             | Prezentare proiect de echipă și discuții | 1 seminar (2 ore) |
| Oferta hotelieră clujeană și principalele puncte de diferențiere a hotelurilor – mini proiect 2 | Prezentare proiect de echipă și discuții | 1 seminar (2 ore) |
| Harta de poziționare – mini proiect 3                                                           | Aplicații practice, exercițiul           | 1 seminar (2 ore) |
| Stabilirea tarifelor hoteliere                                                                  | Aplicații practice, exercițiul           | 1 seminar (2 ore) |
| Sisteme de distribuție în industria hotelieră                                                   | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Rolul rețelelor de socializare în industria hotelieră – mini proiect 4                          | Prezentare proiect de echipă și discuții | 1 seminar (2 ore) |
| Walt Disney                                                                                     | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Lifestyle hotel și implicațiile asupra mixului de marketing – mini proiect 5                    | Prezentare proiect de echipă și discuții | 1 seminar (2 ore) |
| Franciza                                                                                        | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |
| Investiția directă                                                                              | Dezbateri studiu de caz                  | 1 seminar (2 ore) |

#### 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. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare.
- Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).

| 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"> <li>• Înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate;</li> <li>• Corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate;</li> <li>• Coerența logică în gândire.</li> </ul>                                                                                                                     | Examen final<br>(se susține în sesiune)                                                           | 50%                          |
| 10.5 Seminar/laborator                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățate;</li> <li>• Capacitatea de a identifica strategii de marketing;</li> <li>• Creativitatea;</li> <li>• Capacitatea de a lucra în echipă;</li> <li>• Capacitatea de a formula și lua cele mai bune decizii pe baza unor situații date.</li> </ul> | Pregătirea și prezentarea a 5 mini-proiecte (se realizează și evaluează pe parcursul semestrului) | 50%                          |
| 10.6 Standard minim de performanță                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                   |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate;</li> <li>• utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                   |                              |

## 11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI  
BABEȘ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM  
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITÄT  
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY  
TRADITIO ET EXCELLENTIA

FACULTATEA DE  
**BUSINESS**  
IN PARTNERSHIP

|  |  |                                                                                   |                                                                                   |  |  |  |                                                                                     |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |                                                                                   |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |                                                                                   |  |  |  |  |  |

**Data completării:**

30.03.2025

**Semnătura titularului de curs**

Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA

**Semnătura titularului de seminar**

Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA

**Data avizării în departament:**

10.04.2025

**Semnătura directorului de departament**

Conf. dr. Marius Bota