



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

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/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	24	din care: 3.5. curs	12	3.6 seminar/laborator	12
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					76
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

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	C1 Administrarea activității unei unități/ subdiviziuni specifice domeniului ospitalității și turismului
Competențe transversale	CT3 Valorificarea eficientă a variatelor resurse și tehnici de învățare pentru dezvoltarea personală

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul deține cunoștințe aprofundate cu privire la componentele micromediului și ale macromediului de marketing, precum și la implicațiile acestora la nivelul afacerilor din domeniul HoReCa. Studentul va ști cum să analizeze nevoile și așteptările clienților cu privire la un serviciu pentru a identifica și soluționa eventualele inconsecvențe și dezacorduri dintre părțile interesate.
Aptitudini	Studentul are o capacitate avansată de identificare și de analiză a posibilităților de adaptare a afacerilor din domeniul HoReCa la elementele micromediului și ale macromediului de marketing, utilizând tehnici și instrumente specifice. Studentul va fi capabil să colecteze date și statistici pentru a le testa și evalua, cu scopul de a genera afirmații și tipare de previziune, vizând identificarea unor informații utile în procesul de luare a deciziilor.
Responsabilități și autonomie	Studentul este capabil să execute sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională. Studentul va putea colabora eficient cu personalul de conducere din alte departamente, asigurând servicii și o comunicare optimă în domenii precum vânzări, planificare, achiziții, comercializare, distribuție și aspecte tehnice.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a conceptului de managementul vânzărilor și a tehnicilor de vânzare folosite în domeniul hotelier
---------------------------------------	---



7.2 Obiectivele specifice	• însușirea modalităților și tehnicilor de identificare, prospectare și segmentare a clienților • studiere modalităților de abordare și comunicare cu clienții • analiza obiectivelor și a modului de întâmpinare a acestora • însușirea 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
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)
Forța de vânzare (obiective, structură, dimensiune etc.)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Etapile procesului de vânzare (prospectare, abordarea clientului și tehnici de abordare: promovarea vânzărilor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Prezentarea de vânzare, Instrumente folosite pentru a vinde	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Întâmpinarea obiectivelor.	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
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. 2. Futrell C.M. (2011), Fundamentals of selling, Customers for life through service, McGraw Hill, New York. 3. Kaufmann T., Lashley C., Schreier L. A. (2009), Timeshare management, The key issues for hospitality managers, BH by Elsevier, Oxford. 4. Kotler Ph., Bowen J.T., Makens J.C., Balogu S. (2017), Marketing for Hospitality and Tourism, seventh edition, Pearson, Global Edition. 5. Reid R.D. & Bojanic D.C. (2006), Hospitality marketing management, 4-th edition, Wiley, New Jersey.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
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)
Am atuurile necesare pentru a fi o persoană de vânzări în industria hotelieră?	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
Prezentarea beneficiilor serviciului ca tehnică de abordare, O conversație neobișnuită, The Wind Shack	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar (2 ore)
Prezentarea de vânzare folosind tehnica SPIN, vânzarea personală ACCOR Hotels	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
Situații în care persoana de vânzări trebuie să gestioneze obiectiv, Orange Wings	Aplicații practice, studii de caz	1 seminar (2 ore)
Cum să câștigi angajamentul unui client, importanța marketingului relațional, The Times Hotel, Lucky Larry's	Aplicații practice	1 seminar (2 ore)
Bibliografie		



1. Siguaw J.A. (2004), Hospitality sales: Selling smarter, Delmar Learning by Thomson, New York.
2. Futrell C.M. (2011), Fundamentals of selling, Customers for life through service, McGraw Hill, New York.
3. Kaufmann T., Lashley C., Schreier L. A. (2009), Timeshare management, The key issues for hospitality managers, BH by Elsevier, Oxford.
4. Kotler Ph., Bowen J.T., Makens J.C., Balogu S. (2017), Marketing for Hospitality and Tourism, seventh edition, Pearson, Global Edition.
5. 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. 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	• înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate; • corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • coerența logică în gândire.	Examen final scris – în sesiunea de examene	60%
10.5 Seminar/laborator	• capacitatea de a aplica noțiunile de specialitate învățate; • creativitatea; • capacitatea de a lucra la studii de caz/aplicații.	Portofoliu cu activități - în timpul semestrului	40%
10.6 Standard minim de performanță			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; • utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)¹

								

¹ 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:

23.03.2025

Semnătura titularului de curs

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Semnătura titularului de seminar

Conf. Dr. Cristina Fleșeriu

Data avizării în departament:

10.04.2025

Semnătura directorului de departament

Conf. dr. Marius Bota