



FIȘA DISCIPLINEI
Marketing hotelier
Anul universitar 2026-2027

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. Ciclu 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	I	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Obligativu		2.8. Tipul disciplinei	Disciplină fundamentală (DF)	

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
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat (consiliere profesională)					38
Examinări					2
Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				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

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP1	Administrarea activității unei unități/ subdiviziuni specifice domeniului ospitalității și turismului
CP4	Elaborarea de alternative decizionale și analizarea impactului acestora asupra funcționării unităților cu servicii de ospitalitate /turistice, utilizând tehnologii informaționale moderne
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT1	Aplicarea normelor și valorilor eticii profesionale specifice domeniului ospitalității și turismului

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

Rezultatele învățării vizate prin disciplină		
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)
CP1 CP4 CT1	Studentul/Absolventul 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/Absolventul 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.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1.Studentul/Absolventul explică principalele concepte și particularități ale marketingului hotelier.
2. Studentul/Absolventul descrie natura serviciilor și rolul marketingului în industria hotelieră și turistică.
3. Studentul/Absolventul explică procesul de planificare și analiză a clienților și concurenților.
4. Studentul/Absolventul diferențiază strategiile mixului de marketing hotelier și modalitățile de pătrundere pe piețele internaționale.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1.Studentul/Absolventul analizează clienții, concurenții și oportunitățile de pe piața hotelieră.
2. Studentul/Absolventul elaborează un plan de marketing adaptat unei organizații hoteliere.
3. Studentul/Absolventul formulează strategii privind produsul, prețul, distribuția, promovarea și mixul extins.
4. Studentul/Absolventul evaluează și selectează strategii adecvate de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
CONCEPTE ÎN MARKETINGUL HOTELIER Concepte introductive Ce este marketingul hotelier? Apariția și dezvoltarea marketingului hotelier Confuzii legate de conceptul de marketing Conținutul și natura serviciilor Trăsăturile serviciilor în industria hotelieră 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 CONCURRENTILOR	Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare	1 curs (2 ore)
POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING ÎN HOTELURI. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Politici și strategii de produs Politici și strategii de preț Politici și strategii de distribuție Politici și strategii de promovare 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. MIXUL DE MARKETING ÎN INDUSTRIA HOTELIERĂ Strategii de pătrundere pe piețele hoteliere internaționale	Expunere interactivă, multimedia (video proiector), exemplificare	2 cursuri (4 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.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare - învățare	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. 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	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	• Înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate; • Corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; • Coerența logică în gândire.	Examen final (se susține în sesiune)	50%

9.5 Seminar/laborator	• 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.	Pregătirea și prezentarea a 5 mini-proiecte (se realizează și evaluează pe parcursul semestrului)	50%
9.6 Standard minim de promovare			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple; • interpretarea rezultatelor obținute.			

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

		Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă						
								
								Nu se aplică nici o etichetă

Data completării:	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
22.05.26	Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA	Prof.univ.dr. Smaranda Adina COSMA
Data avizării în departament:	Semnătura directorului de departament	
27.05.26	Conf. dr. Marius BOTA	

¹ Selectați o singură etichetă, cea care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivește cel mai bine disciplinei. Dacă disciplina tratează tema dezvoltării durabile la modul general (de ex. prin prezentarea/introducerea cadrului general al dezvoltării durabile etc.) atunci se poate alocă eticheta generală de Dezvoltare Durabilă. Dacă niciuna dintre etichete nu descrie disciplina, selectați ultima opțiune: „Nu se aplică nici o etichetă”.