



FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici de vânzare în industria hotelieră
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	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	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	Opțională		2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare	

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. curs	11	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)					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					31
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				101	
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

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP1	Administrarea activității unei unități/ subdiviziuni specifice domeniului ospitalității și turismului
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT3	Valorificarea eficientă a variatelor resurse și tehnici de învățare pentru dezvoltarea personală

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 CT3	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 cunoaște și înțelege în profunzime etapele procesului de vânzare specifice industriei hoteliere, inclusiv metodele de prospectare și tehnicile avansate de abordare a clienților.
2. Studentul/Absolventul identifică, definește și explică structura, obiectivele și criteriile de dimensionare a forței de vânzare în cadrul unei organizații din domeniul serviciilor de ospitalitate.
3. Studentul/Absolventul asimilează conceptele și tacticile fundamentale privind întâmpinarea, argumentarea și gestionarea eficientă a obiecțiilor apărute în procesul de negociere hotelieră.
4. Studentul/Absolventul înțelege mecanismele psihologice și comerciale de finalizare a vânzării, precum și principiile marketingului relațional aplicate în faza post-vânzare.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/Absolventul are capacitatea de a proiecta, structura și susține o prezentare profesională de vânzare hotelieră, utilizând instrumente și tehnici interactive moderne (cum este tehnica SPIN).
2. Studentul/Absolventul deține abilitatea de a analiza studii de caz din industria hotelieră internațională și de a formula soluții strategice sau tactice pentru rezolvarea situațiilor comerciale complexe.
3. Studentul/Absolventul poate evalua calitățile și atuurile necesare unui agent de vânzări și este capabil să organizeze eficient activitatea unei echipe comerciale din industria ospitalității.
4. Studentul/Absolventul are abilitatea de a dezvolta aplicații practice și planuri post-vânzare destinate câștigării angajamentului pe termen lung și fidelizării clienților hotelului.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
Prezentarea disciplinei și cerințele privind evaluarea studenților; introducere 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)
Etapele 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 obiecțiilor.	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 - învățare	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 obiecții, 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. 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 scris – în sesiunea de examene	60%
9.5 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%
9.6 Standard minim de promovare			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; • utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

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	Conf. Dr. Cristina Fleșeriu	Conf. Dr. Cristina Fleșeriu
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”.