

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea “Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Istorie și Geografie
Departamentul	Geografie
Domeniul de studii	Geografie
Ciclul de studii	Licență, ID
Programul de studii	Geografia Turismului

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ȘI MARKETING TURISTIC				
Coordonatorul de disciplină / Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. ing. Daniela Alexandra POPESCU				
Tutore / Titularul activităților de tutorat / activități aplicative asistate	Conf. univ. dr. ing. Daniela Alexandra POPESCU				
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I Totalul de ore de activități didactice pe semestru din planul de învățământ	12	AT	3	TC	9	AA	-
---	----	----	---	----	---	----	---

II Distribuția fondului de timp pe semestru :	ore
II a) Studiu după manualul ID	24
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	42
II c) Pregătire teme, laboratoare, referate, portofolii și eseuri	19
III Examinări	3
IV Alte activități:	-

Total ore pe semestru (I+IIa+IIb+IIc+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Geografia turismului, Politici și strategii de dezvoltare turistică
Competențe	<ul style="list-style-type: none">

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Activitate de autoinstruire	<ul style="list-style-type: none"> Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, materialele postate pe platforme electronice, bibliografie recomandată 	
Desfășurare aplicații	AT	<ul style="list-style-type: none"> Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, materialele postate pe platforme electronice
	TC	<ul style="list-style-type: none"> Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, materialele postate pe platforme electronice
	AA	<ul style="list-style-type: none"> -

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> CP1 Explicarea și descrierea principalelor noțiuni, legități, procese și fenomene geografice, explicarea genezei și evoluției lor, evaluarea consecințelor pe care le au asupra sistemelor geografice naturale și antropice; CP2 Identificarea și analiza geografică a potențialului turistic la nivel local și regional în vederea realizării de analize comparative și pentru studierea impactului pe care îl au activitățile turistice asupra mediului natural și social-economic.
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • CP4 Utilizarea cunoștințelor turistice, în corelație cu alte cunoștințe de bază din domenii conexe pentru explicarea unor fenomene și procese naturale/antropice și efectuarea de studii și proiecte de marketing și management în turism. • CP6 Familiarizarea cu aspectele teoretice utilizate în cadrul firmelor de turism (agenții de turism, structuri de primire turistică) și în activitatea de ghidare și orientare turistică.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă și responsabilă, de punctualitate, seriozitate și răspundere personală, pe baza principiilor, normelor și valorilor codului de etică profesională.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea, valorificarea și aprofundarea conceptelor de bază din domeniul managementului și marketingului turistic;
	<ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și interpretarea conceptelor specifice fenomenului turistic;
	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea adecvată a conceptelor economice legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității turistice.
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Definierea corectă a situațiilor concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice managementului și marketingului turistic; • Culegerea, prelucrarea și interpretarea de date statistice din documentare oficiale și din activitatea curentă în scopul evaluării factorilor care influențează fenomenul turistic. • Aplicarea de utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă, unitate administrativ-teritorială sau țară. • Formarea abilității de a colabora cu specialiștii din domeniul marketingului și managementului în turism; • Formarea și utilizarea corectă a unui limbaj de specialitate.

8. Conținuturi

Unități de învățare (UI) / Activități de autoinstruire (AI)	Nr. ore	Metode de predare/învățare	Recomandări
Introducere	2	expunere, conversație euristică, problematizare, demonstrație, autoevaluare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 1 Considerații generale referitoare la managementul și marketingul turismului 	2	expunere, conversație euristică, exemplificare, problematizare, studiu de caz, autoevaluare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 2 Concepte de bază utilizate în domeniul managementului turistic 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, exemplificare, autoevaluare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 3 Concepte de bază utilizate în domeniul marketingului turistic 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, exemplificare, autoevaluare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 4 Circulația turistică 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, demonstrație, studiu de caz	prezentări Power Point, materiale video, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 5 Piața turistică 	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	prezentări Power Point, materiale video
<ul style="list-style-type: none"> • UI 6 Potențialul natural și antropoc și atracțiile turistice 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, demonstrație, autoevaluare, studiu de caz	prezentări Power Point, materiale video
<ul style="list-style-type: none"> • UI 7 Resursele umane în turism 	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 8 Serviciile turistice 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, demonstrație, studiu de caz	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 9 Politica de produs în turism 	2	expunere, conversație euristică, problematizare, demonstrație, studiu de caz	prezentări Power Point, materiale video, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 10 Politica de preț în turism 	2	expunere, conversație euristică, problematizare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 11 Politica de distribuție 	2	expunere, conversație euristică, problematizare	prezentări Power Point, curs ID
<ul style="list-style-type: none"> • UI 12 Politica promoțională în turism 	2	expunere, conversație	prezentări Power Point,

		euristică, problematizare	curs ID
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Balaure V., Cătoiu I., Veges C. (2005) – <i>Marketing turistic</i>, Editura Uranus, București. • Bucur-Sabo M. (2006) - <i>Marketing turistic</i>, Editura Irecson, București. • Cristureanu C. (2006) – <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura CH Beck, București. • Draica C. (2003) – <i>Turismul internațional, practici de elaborare și distribuție a produsului turistic</i>, Editura All Beck, București. • Nedelea A.M. (2003) – <i>Piața turistică</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. • Nedelea A.M. (2008) – <i>Politici de marketing</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. • Nedelea A.M. (2009) – <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. • Nedelea A.M. (2010) – <i>Politici moderne în marketing turistic</i>, Editura Tipo Moldova, Iași. • Niță I., Niță C. (2000) – <i>Piața turistică a României</i>, Editura Ecran Magazin, Brașov. • Stănciulescu G., Micu C. (2009) – <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura CH Beck, București. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Minciu R. (2005) – <i>Economia turismului</i>, Editura Uranus, București. • Nedelea A.M. (2008) – <i>Politici de marketing</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. • Nedelea A.M. (2009) – <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. • Niță I., Niță C. (2000) – <i>Piața turistică a României</i>, Editura Ecran Magazin, Brașov. 			

Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC)	Nr. ore	Metode de predare / învățare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> • AT1 Program de valorificare turistică a ofertei turistice a unui județ (Suceava, Botoșani, Neamț, Iași, Brașov, Sibiu, Maramureș etc.) • AT2 Oferta turistică – componente, indicatori, cuantificare, analiză 	1 2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, dialogul, activitate individuală;	
<ul style="list-style-type: none"> • TC1 Activitatea de marketing în cadrul unui complex hotelier / agenție de turism / centru de informare turistică / asociație regională de promovare turistică 	5	activitate individuală de documentare, explicația, conversația, studiul de caz;	Referat
<ul style="list-style-type: none"> • TC2 Strategii de marketing pentru promovarea turistică a cetăților medievale 	4	activitate individuală de documentare, explicația, conversația, studiul de caz.	Referat

Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Ionciă M, Stănciulescu G. (2006) – <i>Economia turismului și serviciilor</i>, Editura Uranus, București. • Minciu R., Popescu D., Pădurean M., Hornoiu R. (2007) – <i>Economia turismului. Aplicații</i>, Editura Uranus, București. • Neacșu N., Băltărețu A. (2005) – <i>Economia turismului. Lucrări practice. Statistici. Reglementări</i>, Editura Uranus, București. • Nedelea A.M. (2009) – <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Neacșu N., Băltărețu A. (2005) – <i>Economia turismului. Lucrări practice. Statistici. Reglementări</i>, Editura Uranus, București. • Nedelea A.M. (2009) – <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București. 			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

<ul style="list-style-type: none"> • Noțiunile studiate sunt compatibile cu cele prezentate în universitățile din țară și străinătate pentru domeniul managementului și marketingului turistic.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------

AI	<ul style="list-style-type: none"> • Criterii generale de evaluare - corectitudinea cunoștințelor, utilizarea unui limbaj de specialitate, coerența logică, fluența exprimării, forța de argumentare • Criterii specifice disciplinei • Criterii ce vizează aspectele atitudinale și motivaționale ale activității studenților 	Evaluare sumativă prin colocviu	60%
AT	-	-	-
TC	<ul style="list-style-type: none"> • Criterii generale de evaluare - corectitudinea cunoștințelor, utilizarea unui limbaj de specialitate, coerența logică, fluența exprimării, forța de argumentare, • Criterii specifice disciplinei • Criterii ce vizează aspectele atitudinale și motivaționale ale activității studenților 	Evaluare formativă (pe parcurs): teme de control	40%
AA	-	-	-
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea principalelor noțiuni de management și marketing turistic; • cunoașterea principalelor strategii de marketing turistic; • cunoașterea principalelor politici de distribuție, promoționale și de preț aplicate în turism. 			

Data completării	Semnătura coordonatorului de disciplină	Semnătura tutorelui
25.09.2021	Conf. univ. dr. ing. Daniela POPESCU	Conf. univ. dr. ing. Daniela POPESCU

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2021	Lector univ. dr. Despina SAGHIN

Data aprobării în Consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.2021	Profesor univ. dr. Florin PINTESCU