

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
Programul de studii/calificarea	Geografia turismului - IF

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ȘI MARKETING TURISTIC				
Titularul activităților de curs					
Titularul activităților de seminar					
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DL - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	36	Curs	24	Seminar	12	Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	28
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	17
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	16
II d) Tutoriat	-
III Examinări	3
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	61
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	
Desfășurare aplicații	Seminar
	Laborator
	Proiect

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • CP1 Definierea și descrierea principalelor noțiuni, legitați, procese și fenomene geografice, explicarea genezei și evoluției lor, evaluarea consecințelor pe care le au asupra sistemelor geografice, naturale și antropice. • CP2 Utilizarea metodelor și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor provenite din diferite surse. • CP 6 Asigurarea asistenței profesionale în diferite arii geografice.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT3 Conștientizarea nevoii de formare continuă, utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și 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;
-----------------------------------	---

8. **Conținuturi**

CURS	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Introducere • Considerații generale referitoare la managementul și marketingul turismului	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația	expuneri orale, prezentări Power Point,
• Concepte de bază utilizate în domeniul managementului turistic	2	expunere, conversația euristică, problematizarea	expuneri orale, prezentări Power Point
• Concepte de bază utilizate în domeniul marketingului turistic	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația	expuneri orale, prezentări Power Point
• Circulația turistică	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Piața turistică	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Potențialul natural și antropoc și atracțiile turistice	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point,
• Resursele umane în turism	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point,
• Serviciile turistice	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Politica de produs în turism	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Politica de preț în turism	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Politica de distribuție	2	expunere, conversația euristică, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	expuneri orale, prezentări Power Point, materiale video
• Politica promoțională în turism	2	expunere, conversația euristică, problematizarea	expuneri orale, prezentări Power Point

Bibliografie

- Balaure V., Cătoiu I., Veges C. – *Marketing turistic*, Editura Uranus, București, 2005.
- Bucur-Sabo M. - *Marketing turistic*, Editura Irecson, București, 2006.
- Cristureanu C. – *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Editura CH Beck, București, 2006.
- Draica C. – *Turismul internațional, practici de elaborare și distribuție a produsului turistic*, Editura All Beck, București, 2003.
- Nedelea A.M. – *Piața turistică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003.
- Nedelea A.M. – *Politici de marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2008.
- Nedelea A.M. – *Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009.
- Nedelea A.M. – *Politici moderne în marketing turistic*, Editura Tipo Moldova, Iași, 2010.

- **Niță, I., Niță, C.** – *Piața turistică a României*, Editura Ecran Magazin, Brașov, 2000.
- **Stănciulescu G., Micu C.** – *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura CH Beck, București, 2009.

Bibliografie minimală

- **Minciu, R.** – *Economia turismului*, Editura Uranus, București, 2005.
- **Nedelea A.M.** – *Politici de marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2008.
- **Nedelea A.M.** – *Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009.
- **Niță, I., Niță, C.** – *Piața turistică a României*, Editura Ecran Magazin, Brașov, 2000.

APLICAȚII (SEMINAR)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Program de valorificare turistică a ofertei turistice a unui județ (Suceava, Botoșani, Neamț, Iași, Brașov, Sibiu, Maramureș etc.)	2	expunerea, explicația, conversația, studiu de caz demonstrația, dialogul,	
• Oferta turistică – componente, indicatori, cuantificare, analiză	2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, învățarea prin descoperire, activități pe grupe și individual;	
• Activitatea de marketing în cadrul unui complex hotelier / agenției de turism	1	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, dialogul, activitate individuală;	
• Activitatea de marketing a centrelor de informare turistică și a asociațiilor regionale de promovare turistică	1	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, învățarea prin descoperire, exerciții, activitate individuală;	
• Strategii de marketing pentru promovarea turistică a cetăților medievale	2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, învățarea prin descoperire, activitate individuală;	
• Calculul principalilor indicatori ce caracterizează circulația turistică	2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, învățarea prin descoperire, activitate individuală;	
• Indicatorii eficienței activității turistice	2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația, învățarea prin descoperire, activitate individuală;	

Bibliografie

- **Ionciă M, Stănciulescu G.** – *Economia turismului și serviciilor*, Editura Uranus, București, 2006.
- **Minciu R., Popescu D., Pădurean M., Hornoiu R.** – *Economia turismului. Aplicații*, Editura Uranus, București, 2007.
- **Neacșu N., Băltărețu A.** – *Economia turismului. Lucrări practice. Statistici. Reglementări*, Editura Uranus, București, 2005.
- **Nedelea A.M.** – *Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009.

Bibliografie minimală

- Neacșu N., Băltărețu A. – *Economia turismului. Lucrări practice. Statistici. Reglementări*, Editura Uranus, București, 2005.
- Nedelea A.M. – *Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009.

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

- 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
Curs	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%
Seminar	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 semestrului)	40%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-
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 titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
24.09.2022		
Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament	
26.09.2022	Despina SAGHIN	
Data aprobării în Consiliul facultății	Semnătura decanului	
26.09.2022	Florin PINTESCU	