

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava
Facultatea	Facultatea de Istorie și Geografie
Departamentul	
Domeniul de studii	Geografie
Ciclul de studii	Master
Programul de studii	Turism și dezvoltare regională

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Management și marketing turistic				
Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Alexandru Mircea NEDELEA				
Titularul activităților de seminar	Asistent univ.dr. Costel Ioan Cioban				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DSI
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională , DF - facultativă				DI

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

Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	70
Total ore pe semestru	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"> - definirea conceptelor de bază legate de politicile de management și marketing în turism - înțelegerea critică a problemelor cu care se confruntă firma de turism în relația cu mediul de marketing; - capacitatea de sintetizare și interpretare a unui set de informații, de rezolvare a unor probleme de marketing turistic și de evaluare a concluziilor posibile; - utilizarea corectă a termenilor de specialitate în domeniul managementului și marketingului turistic - descrierea fenomenelor de pe piața firmei turistice; - abilități de cercetare în domeniul marketingului turistic; - capacitatea de a soluționa problemele de marketing în turism.
-------------------------	--

Competențe transversale	- implicarea în activități științifice în legătură cu marketingul turistic, în cadrul Centrului de informare și marketing turistic Bucovina (www.tourisminbucovina.ro), - abilitatea de a colabora cu specialiști din domeniul marketingului și turismului
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	Descrierea principalelor concepte legate de organizarea, planificarea și coordonarea campaniilor de marketing desfășurate de firmele de turism; identificarea particularităților managementului și mixului de marketing în turism; explicarea modalităților de promovare a unei zone turistice
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
I. Management și marketing turistic 1.1. Particularități ale managementului turistic 1.2. Marketingul în turism	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.
II. Piața turistică 2.1. Cererea și consumul turistic 2.2. Oferta și producția turistică	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.
III. Politica de produs în turism 3.1. Tipologia produselor turistice 3.2. Calitatea produselor turistice 3.3. Strategii de produs turistic	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.
IV. Politica de preț în turism 4.1. Fundamentarea prețurilor în turism 4.2. Strategii de preț în turism	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.
V. Politica de distribuție 5.1. Rolul distribuției în turism 5.2. Canale de distribuție 5.3. Tipuri de intermediari 5.4. Strategii de distribuție în turism	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.
VI. Politica promoțională în turism 6.1. Promovarea turistică 6.2. Publicitatea turistică 6.3. Relațiile publice 6.4. Promovarea vânzării produsului turistic 6.5. Marketingul direct 6.6. Forța de vânzare	4	Prezentare PPT însoțită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	Studentii pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.

Bibliografie

- Nedelea, Al., *Piața turistică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003
- Nedelea, Al., *Politici de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2003
- Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Concepte și experiențe*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015,
- Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Teorie și practică*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014,
- Nedelea, Al., *Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2009
- Nedelea, Al.M., M. Korstanje, Babu George, *Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services*, IGI Global, USA, 2016,
- Nedelea, Al. (coord.), Elmazi, L., Babu, P.G., Banabakova, V., *Tourism Marketing*, Derc Publishing House, Tewksbury, Massachusetts, USA, 2008
- Balaur, V., Cătoi, I, Veges, C., *Marketing turistic*, Ed. Uranus, București, 2005
- Bucur-Sabo, M., *Marketing turistic*, Irecson, București, 2006
- Lache, C., *Marketing turistic*, Ed. TipoMoldova, Iași, 2002

Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Promovarea turismului cultural și religios din Bucovina / Neamț / Romania / de pe plan internațional	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Activitatea de marketing a centrelor de informare turistică și a asociațiilor regionale de promovare turistică	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Marketingul destinației turistice ...	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Activitatea de management și marketing în cadrul complexului hotelier ... / agenției de turism	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Piața turistică europeană / asiatică / americană (caracteristici, motivații turistice, tendințe)	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Promovarea turistică a județului Suceava / zonei (a brandului) Bucovina	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Strategii de marketing pentru promovarea turistică a cetăților medievale Suceava, Hotin și Soroca	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții</i> <i>frontal, grup</i> <i>/pereche, individual</i>	

		- resurse materiale: <i>videoprojectorul</i>	
Bibliografie			
1. Nedelea, Al., <i>Piața turistică</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003 2. Nedelea, Al., <i>Politici de marketing în turism</i> , Editura Economică, București, 2003 3. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Concepte și experiențe</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015, 4. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Teorie și practică</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014, 5. Nedelea, Al., <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i> , Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2009 6. Nedelea, Al.M., M. Korstanje, Babu George, <i>Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services</i> , IGI Global, USA, 2016, 7. Nedelea, Al. (coord.), Elmazi, L., Babu, P.G., Banabakova, V., <i>Tourism Marketing</i> , Derc Publishing House, Tewksbury, Massachusetts, USA, 2008 8. www.tourisminbucovina.ro – Centrul de informare și marketing turistic Bucovina			

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

<ul style="list-style-type: none"> • Conținutul disciplinei Marketing turistic este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de master de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii. • Participarea la conferințe organizate sub auspiciile USV, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Înșușirea conținutului teoretic conceptual al disciplinei Management și marketing turistic; Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice Managementului și marketingului turistic; Explicarea și interpretarea conceptelor din domeniul managementului și marketingului turistic Cunoașterea și înțelegerea aspectelor legate de management și marketing turistic	Examen scris tip grilă	50 %
Seminar	Înșușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar . Capacitatea de a utiliza corect și de a explica noțiunile fundamentale ale Managementului și marketingului turistic. A.seminar / proiect practic aplicatie promovare și cercetare B.suținere și prezentare proiect C.2 teste scrise	Evaluare continuă pe parcursul semestrului (pe baza testelor-grilă și activităților individuale și de grup susținute în cadrul seminariilor: sarcini de grup, studiu individual, studiu de caz, comentariu de text, referat, aplicații practice)	50 %
Laborator			
Proiect			

Standard minim de performanță

- 10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs:
- Cunoașterea și operarea cu conceptele și noțiunile de bază utilizate;
 - Demonstrarea parcurgerii bibliografiei minimale;
 - Tratatrea în mod corect a cel puțin 50% din subiectele de la examen.
- 10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă:
- Cunoașterea noțiunilor de bază studiate în cadrul activităților specifice;
 - Realizarea portofoliului individual.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
18.09.2023		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
20.09.2023	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
21.09.2023	

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
21.09.2023	