

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava
Facultatea	Facultatea de Istorie, Geografie și Științe Sociale
Departamentul	Geografie
Domeniul de studii	Geografie
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Geografia turismului

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Management și marketing turistic				
Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Alexandru Mircea NEDELEA				
Titularul activităților de seminar					
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DSI
	Categorio de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională , DF - facultativă				DO

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

Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	36	Curs	24	Seminar	12	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	62
Total ore pe semestru	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5. Conținut (acordând cele cazuri)		
Desfășurare a cursului		•
Desfășurare aplicații	Seminar	•
	Laborator	•
	Proiect	•

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1 - Definirea și descrierea principalelor noțiuni, legități, procese și fenomene geografice, Explicarea genezei și evoluției lor, evaluarea consecințelor pe care le au asupra sistemelor Geografice naturale si antropice CP2 – Identificare a și analiza potențialului turistic în scop geografic CP6 - Aplicarea principiilor multi si interdisciplinaritatii in abordarea domeniului geografiei.
Competențe transversale	CT3 - Autoevaluarea nevoii de formare profesională continuă în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieții muncii.

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	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții 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	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții 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	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții 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	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții 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	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții 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 vânzărilor produsului turistic 6.5. Marketingul direct 6.6. Forța de vânzare	4	Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți	Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare.

Bibliografie

1. Nedelea, Al.M. (coord.), *Marketing în turism. Teorie și practică*, Ed. Economică, București, 2020
2. Nedelea, Al., *Piața turistică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003
3. Nedelea, Al., *Politici de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2003
4. Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Concepte și experiențe*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015,
5. Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Teorie și practică*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014,
6. Nedelea, Al.M., M. Korstanje, Babu George, *Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services*, IGI Global, USA, 2016,
7. Nedelea, Al. (coord.), Elmazi, L., Babu, P.G., Banabakova, V., *Tourism Marketing*, Derc Publishing House, Tewksbury, Massachusetts, USA, 2008
8. Balaure, V., Cătoi, I., Veges, C., *Marketing turistic*, Ed. Uranus, București, 2005
9. Bucur-Sabo, M., *Marketing turistic*, Irecson, București, 2006

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 frontal, grup /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 frontal, grup /pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Marketingul destinației turistice ...	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții frontal, grup /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 frontal, grup /pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Piața turistică europeană / asiatică / americană (caracteristici, motivații turistice, tendințe)	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții frontal, grup /pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Promovarea turistică a județului Suceava / zonei (a brandului) Bucovina	2	resurse procedurale: <i>evaluare și exerciții frontal, grup /pereche, individual</i> - resurse materiale: <i>videoproiectorul</i>	
Bibliografie			
1. Nedelea, Al.M. (coord.), <i>Marketing în turism. Teorie și practică</i> , Ed. Economică, București, 2020 2. Nedelea, Al., <i>Piața turistică</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003 3. Nedelea, Al., <i>Politici de marketing în turism</i> , Editura Economică, București, 2003 4. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Concepte și experiențe</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015, 5. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Teorie și practică</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014, 6. Nedelea, Al., <i>Marketing în exerciții: aplicații, studii de caz, teste</i> , Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2009 7. Nedelea, Al.M., M. Korstanje, Babu George, <i>Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services</i> , IGI Global, USA, 2016, 8. Nedelea, Al. (coord.), Elmazi, L., Babu, P.G., Banabakova, V., <i>Tourism Marketing</i> , Derc Publishing House, Tewksbury, Massachusetts, USA, 2008 9. 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

- 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	Însușirea 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	Însușirea 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.susținere 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; ☐ Tratarea 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
17.09.2025	Alexandru NEDELEA	

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
18.09.2025	Maria-Magdalena LUPCHIAN

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
19.09.2025	Despina SAGHIN

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
22.09.2025	Florin PINTESCU