



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	ECTS

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING TURISTIC						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Univ Dr Oana ȚUGULEA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. Univ. Dr. Tudor TOCILĂ						
2.4 An de studiu	3	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	OB

\* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	56	din care: 3.2 curs	28	3.3 seminar/laborator	28
3.4 Total ore din planul de învățământ	4	din care: 3.5 curs	2	3.6 seminar/laborator	2
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					26
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități .....					0
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Număr de credite					6

### 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing
4.2 De competențe	Nu este cazul

### 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Nu este cazul



## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<b>C2/D13 (5 credite):</b> Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare. Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și depozitare Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului turism Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct
<b>Competențe transversale</b>	

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

<b>7.1 Obiectivul general</b>	Deprinderea cunoștințelor referitoare la instrumentele de marketing turistic, respectiv analiza mixului de marketing pe piața turistică, în acord cu condițiile reale din mediul de afaceri
<b>7.2 Obiectivele specifice</b>	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Explice conceptele specifice pieței turistice</li><li>▪ Descrie caracteristicile pieței turistice</li><li>▪ Analizeze mixul de marketing pentru o unitate turistică</li></ul>

## 8. Conținut

<b>8.1</b>	<b>Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b> (ore și referințe bibliografice)
1.	Turismul – noțiuni și definiții Introducere în marketingul turistic	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
2.	Piața turistică Segmentarea pieței turistice	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
3.	Comportamentul consumatorului în turism	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată



4.	Cercetarea de marketing in turism – notiuni de baza	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
5.	Tehnici de cercetare a pieței turistice	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
6.	Produsele turistice	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
7.	Destinația turistică	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
8.	Prețul in turism	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
9.	Promovarea turistică I	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
10.	Promovarea turistică II	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
11.	Materialele tipărite in turism	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată
12.	Distribuția turistică	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore Bibliografie recomandată

**Bibliografie****Referințe principale:**

Anastasei, B., Marketing turistic, Editura Tehopress, Iași, 2004

**Referințe suplimentare:**

Lanquar, L., Hollier, R., Le marketing touristique, PUF, Paris, 2001

Lumsdom, L., Tourism Marketing, Thompson Business Press, 1997

Middleton, V.T.C., Marketing in Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, 1998

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere. Stabilirea detaliilor organizării activității Mini-studiu de caz	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
2.	Piața turistică – studii de caz Segmentarea pieței turistice – exemple, aplicații	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
3.	Prezentarea unei oferte turistice – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
4.	Prezentarea primei părți scrise a proiectului – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
5.	Cercetarea de marketing – metode și instrumente de cercetare; studii de caz.	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
6.	Prezentarea celei de-a doua părți a proiectului – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată



7.	Mixul de marketing. Produsul și prețul turistic	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
8.	Prezentarea celei de-a treia părți a proiectului – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
9.	Aplicație – comportamentul consumatorului în turism – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
10.	Aplicație – campanie de promovare – activitate de echipă	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
11.	Prezentarea proiectului de echipa.	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată
12.	Evaluare și feedback pentru proiectele prezentate și predate	explicație, discuție colectivă, problematizare	2 ore: Bibliografie recomandată

**Bibliografie**

Anastasei, B., Marketing turistic, Editura Tehopress, Iași, 2004  
Lanquar, L., Hollier, R., Le marketing touristique, PUF, Paris, 2001  
Lumsdom, L., Tourism Marketing, Thompson Business Press, 1997  
Middleton, V.T.C., Marketing in Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, 1998

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

Planul de învățământ, precum și conținutul disciplinei sunt analizate periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri. Ei sunt invitați periodic să dea un feed-back cu privire la conținutul disciplinei în vederea adaptării permanente la cerințelor pieței muncii.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Examen final – 40% Studentii care deranjează orele vor fi penalizați astfel: pentru fiecare observație li se scade 1 punct din nota finală. Studentii care sunt surprinși copiind sau încercând să se inspire din alte materiale sau de la colegi în timpul testului sau al examenului vor fi exmatriculați, conform regulamentului.	Examen. Lucrare scrisă	40%
10.5 Seminar/ Laborator	Calitatea prezentării și a proiectului (individual și de echipă) 100% notă seminar se	Evaluare Proiect. Evaluare Prezentare. Activități notate la seminar	60%



	<p>împarte astfel: Etapa I proiect – 20% Etapa II proiect – 20% Etapa III proiect – 40% Aplicații neanunțate – 20%</p> <p>Copierea unei părți sau a unui întreg proiect de seminar (din cele trei) aduce cu sine anularea întregului punctaj obținut pe parcursul semestrului la seminar.</p>		
<b>10.6</b> Standard minim de performanță			
Nota la examen minim 5 Nota finala 4.50			

Data completării  
25 septembrie 2022

Titular de curs  
Conf Univ. dr. Oana ȚUGULEA

Titular de seminar  
Asist. Univ. dr. Tudor TOCILĂ

Data avizării în departament

Director de departament  
Conf. Univ. Dr. Andrei NEȘTIAN