

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023-2024
Anul de studiu I / Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii; 242108 Manager îmbunătățire procese; 242106 Manager inovare; 242114 Manager al sistemelor de management al calității.

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketingul destinațiilor turistice		2.2. Cod disciplină	AACTS 112			
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr Moisă Claudia						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr Moisă Claudia						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					44
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					50
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	133
3.8 Total ore din planul de învățământ	42
3.9 Total ore pe semestru	175
3.10 Numărul de credite	7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Discipline de parcurs din semestrele anterioare, la programele de studii de licență, ca de exemplu Marketing, Marketing în servicii, Economia turismului, Resurse și destinații turistice.
4.2. de competențe	Competențele oferite de disciplinele menționate mai sus, respectiv: micromediul și macromediul firmei, piața turistică, mixul de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru desfășurarea activității didactice (susținerea cursului): prezentări sub formă PPT, materiale informative pe suport hârtie, electronice etc. - pentru studenți: suport de curs în format editat - echipamente tehnice: laptop, videoproiector, tablă inteligentă
--------------------------------	---

5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- pentru desfășurarea activității didactice (susținerea seminarului): prezentări sub formă PPT, materiale informative pe suport hârtie, electronice etc. - echipamente tehnice: laptop, videoproiector, tablă inteligentă
--	--

6. Competențe

Competențe generale:	CPS1. Elaborarea de studii și planuri aplicate profesional; CPS7. Înțelegerea și stăpânirea politicilor specifice de marketing turistic în funcție de tipologia gamei de produse și a publicului țintă la care se adresează; CPS11. Elaborarea strategiilor de dezvoltare generală a organizației (strategii de marketing, de promovare etc.); CPS12. Elaborarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților pe care le desfășoară în turism, comerț și servicii; CPS13. Elaborarea de studii privind dezvoltarea activității firmei în noul cadru economic, social și politic; CPS21. Capacitatea de organizare a activității de vânzare a produselor de asigurare, a stabili etapele necesare pentru instrumentare.
Competențe specifice	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea modului de organizare și funcționare a destinației turistice și de desfășurare a unei afaceri în turism; cunoașterea mediului turistic intern și analiza acestuia; însușirea modalităților de studiere și de selecție optimă a pieței turistice. Cursul pune accent pe studiul comportamentului consumatorului de servicii turistice și pe politicile specifice mix-ului de marketing în turism.
7.2 Obiectivele specifice	Determinarea condițiilor pieței turistice printr-o analiză riguroasă a acesteia; identificarea dificultăților și riscurilor la care se expun firmele turistice și a modalităților de abordare și depășire a acestora precum și a oportunităților de care ele pot să profite prin politicile specifice marketingului. Însușirea abilităților necesare pentru utilizarea eficientă a instrumentarului furnizat de mix-ul de marketing turistic.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs 1 Elemente introductive în marketingul turistic 1.1. Conținutul conceptului de turism 1.2. Particularitățile turismului	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 2 Elemente introductive în marketingul turistic 1.3. Definierea marketingului turistic și specificitatea acestuia în turism 1.4. Mediul de marketing al firmei de turism 1.5. Conținutul, rolul și funcțiile mixului de marketing în turism	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 3. Piața turistică. Destinația turistică 2.1. Definierea pieței turistice, trăsături, componente	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 4. Piața turistică. Destinația turistică 2.2. Analiza produsului turistic	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 5. Piața turistică. Destinația turistică	<i>Prelegere, expunere,</i>	sursele bibliografice

2.3 Analiza globală a cererii turistice 2.4 Segmentarea pieței turistice	<i>discuții</i>	minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 6. Piața turistică. Destinația turistică 2.5 Destinația turistică: concept, tipologie, caracteristici 2.6 Imaginea destinației turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 7. Aspecte privind comportamentul individual al turistului 3.1. Conceptualizarea motivației turistice 3.2. Principalele trăsături ale mediului ambiant în care se formează motivația turistică 3.3. Factorii de influență ai motivației turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 8. Aspecte privind comportamentul individual al turistului 3.4. Proiectarea și realizarea studiilor motivaționale 3.5. Etapele necesare realizării studiilor motivaționale 3.6. Modele de studiere a comportamentului turistului	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 9. Cercetări de marketing în turism 4.1. Concepte și definiții privind cercetările de marketing în turism 4.2. Modalități de aplicare a cercetărilor de marketing în domeniul turismului	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 10. Cercetări de marketing în turism 4.3. Elaborarea proiectelor de cercetare a activității turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 11. Politica de produs turistic specifică destinațiilor turistice 5.1. Conceptul de produs turistic 5.2. Conceptul privind ciclul de viață al produsului turistic 5.3. Strategii de marketing în domeniul produsului turistic 5.4. Crearea de noi produse turistice	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 12. Politica de distribuție în domeniul turismului 6.1. Specificitatea sistemelor de abordare a activităților turistice privind asigurarea accesibilității produselor comercializate 6.2. Conceptul de distribuție în domeniul produselor turistice 6.3. Variante strategice utilizate în distribuție	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 13. Politica de prețuri și tarife în turism 7.1. Prețul și tarifele în politica de marketing a firmelor de turism 7.2. Metode de stabilire a prețurilor și tarifelor în domeniul turismului 7.3. Strategii de prețuri și tarife în domeniul turismului	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
Curs 14 Politica promoțională în turism 8.1. Obiectivele activității promoționale în domeniul turismului 8.2. Componentele politicilor promoționale 8.3. Particularități în realizarea și difuzarea documentelor de informare turistică	<i>Prelegere, expunere, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
8.2 Bibliografie 1..Moișă Claudia Olimpia, <i>Marketingul destinațiilor turistice</i> , Suport de curs (format electronic), Biblioteca Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2023 2. Balaure V., Cătoiu, I., Vegheș, C., <i>Marketing Turistic</i> , Editura Uranus, București, 2005. 3. Cătoiu, I., <i>Cercetări de marketing - tratat</i> , Editura Uranus, București, 2009. 4. Patriche D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., <i>Elemente de Marketing Turistic</i> , Editura Global Media Image, Deva, 2000.		

5. Isabelle Frochot., Patrick LegohereL., *Le Maketing du Tourisme*, Dunod, Paris, 2007.
6. Michel Balfet., *Marketing des services touristique et hoteliers specificites, methodes et tecchniques*, Editions Elipses Marketing, Paris, 2001
7. Moisa C.O., *Turismul de tineret – realități și perspective*, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015.
8. Nedelea, Al., *Marketing în comerț, turism și servicii*, Universitatea “Ștefan cel Mare” din Suceava, Suceava, 2009.
9. Nedelea, Al., Moisa C.O., Ban O., Isac F.L., Rusu S., Pislaru C., Luța M. M., Hegheș V., *Marketing în turism. Teorie și practică*, Editura Economică, București, 2020.
10. Stremțan F., *Elemente de marketing turistic*, Seria Didactica, Alba- Iulia, 2010.
11. Stremțan F., Ispas A., Moisa C., *Marketing turistic*, Seria Didactica, Alba- Iulia, 2005.
12. <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/> - site-ul oficial al Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului

Seminar-laborator		
1. Analiza mediului intern și extern al unei firme prestatoare de servicii în sectorul turistic; Segmentarea pieței turistice	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
2. Factorii ce influențează motivația turistică; Etapele necesare realizării studiilor motivaționale	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
3 Modalități de aplicare a cercetărilor de marketing în domeniul turismului; Specificitatea cercetării de marketing în turism	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
4. Crearea de noi produse turistice; Strategii de marketing în domeniul produsului turistic; Variante strategice utilizate în distribuție	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
5. Strategii de prețuri și tarife în domeniul turismului Componentele politicilor promoționale	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
6. Resurse și destinații turistice românești; Principalele destinații turistice ale lumii	<i>Studii de caz, teste, analiză, discuții</i>	sursele bibliografice minime necesare: suport de curs 2 ore
7. Evaluarea proiectelor	<i>Expunere, analiză, discuții</i>	2 ore

Bibliografie

1. Moisa Claudia Olimpia, *Marketingul destinațiilor turistice*, Suport de curs (format electronic), Biblioteca Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2023
2. Balaure V., Cătoiu, I., Vegheș, C., *Marketing Turistic*, Editura Uranus, București, 2005.
3. Patriche D., Stremțan, F., Ispas, A., Patriche, I., *Elemente de Marketing Turistic*, Editura Global Media Image, Deva, 2000.
4. Isabelle Frochot., Patrick LegohereL., *Le Maketing du Tourisme*, Dunod, Paris, 2007.
5. Michel Balfet., *Marketing des services touristique et hoteliers specificites, methodes et tecchniques*, Editions Elipses Marketing, Paris, 2001
6. Moisa C.O., *Turismul de tineret – realități și perspective*, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2015
7. Nedelea, Al., *Marketing în comerț, turism și servicii*, Universitatea “Ștefan cel Mare” din Suceava, Suceava, 2009.
8. Nedelea, Al., Moisa C.O., Ban O., Isac F.L., Rusu S., Pislaru C., Luța M. M., Hegheș V., *Marketing în turism. Teorie și practică*, Editura Economică, București, 2020.
9. Stremțan F., *Elemente de Marketing Turistic*, Seria Didactica, Alba- Iulia, 2010.
10. Stremțan F., Ispas A., Moisa C., *Marketing turistic*, Seria Didactica, Alba- Iulia, 2005.
11. <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/> - site-ul oficial al Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților masteranzi posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a putea realiza o analiză a pieței turistice din perspectiva marketingului; face o analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor impuse de specificul marketingului turistic; analiza elementele mix-ului de marketing în domeniul turismului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	<i>Examen scris</i>	✓ 20%
10.5 Seminar/ laborator	<i>Evaluare pe parcurs:</i> - elaborarea și susținerea referatului pe baza tematicii propuse - proiect (elaborat și predat până la sfârșit de semestru) - implicarea în activitatea de seminarii	<i>Verificare pe parcurs</i>	✓ 80% din care: - 30% - 40% - 10%
10.6 Standard minim de performanță:			
Demonstrarea competențelor în: <ul style="list-style-type: none"> - înțelegerea și stăpânirea politicilor specifice de marketing turistic în funcție de tipologia gamei de produse și a publicului țintă căreia se adresează; - elaborarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților pe care le desfășoară în turism, comerț și servicii; - identificarea specificului activității de turism intern și internațional la nivel de destinație turistică Să aibă portofoliul complet compus din referat, proiect și aplicații practice. Îndeplinirea standardului minim de performanță: obținerea notei minime 5.			

Data completării
19.09.2023

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. Dr Claudia Moisă

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. Dr Claudia Moisă

Data avizării în departament
20.09.2023

Semnătura director de departament
Conf. Univ. Dr Maican Silvia Ștefania