

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

Cercetări de marketing în servicii hoteliere

Responsabil de disciplină/modul: Boris Corețchi, dr., conf.univ.

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.05.A.0.45	150	30	30		90	5	Română/ rusă/engleză
S.07.A.0.45	150	16	8	-	126	5	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	C1. abilitatea de gândire critică și creativitate necesare pentru a funcționa în mod eficient în industria turismului și ospitalității C5. cunoașterea evenimentelor curente și a tendințelor viitoare, inclusiv durabilitatea, în industria ospitalității și de a identifica impactul global al fiecărui eveniment C7. cunoștințe avansate în domeniile de leadership, comunicare, finanțe, tehnologie, marketing și vânzări, resurse umane, cercetări primare și secundare, precum și adaptarea la schimbare în contextul industriei turismului.	<i>de cunoaștere:</i> <ul style="list-style-type: none"> A cunoaște aspectele teoriilor instrumentelor de natură socio-economică în domeniul cercetărilor de marketing în servicii hoteliere ; A identifica procesul de execuție a operațiunilor de promovare, stimulare a vânzărilor și formare a pachetelor turistice sau altor tipuri de produse;
		<i>de aplicare:</i> <ul style="list-style-type: none"> A determina etapele de elaborare a studiilor de piață și de fezabilitate privind proiectele de tip: hotelier, complex turistic, stațiune turistică; A elabora judecăți bazate pe cunoașterea problemelor sociale și etice în domeniul cercetărilor de marketing în servicii hoteliere ; A identifica criteriile de selecție și aplicarea variantei adecvate pentru culegerea și analiza datelor privind evoluția pieței turistice și serviciilor hoteliere;
		<i>de integrare:</i> <ul style="list-style-type: none"> A efectua prognoze a evoluției pieței turistice și servicii hoteliere pe baza datelor și informațiilor statistice în urma cercetărilor de marketing în servicii hoteliere
Conținutul disciplinei	Conținutul, domeniile și tipologia cercetărilor de marketing în servicii hoteliere Programul cercetărilor de marketing în servicii hoteliere Sondajul de piață – metoda de bază în cercetările directe de marketing în servicii hoteliere Clasificarea întrebărilor utilizate la alcătuirea chestionarului Metodele de măsurare și scalare a fenomenelor în cercetările de marketing în servicii hoteliere Cercetarea dimensiunilor spațiale a pieței turistice Metode și tehnici de obținere a informațiilor Studiarea componentelor mix-ului de marketing în servicii hoteliere	
Evaluarea rezultatelor	Evaluarea curentă se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual - Proiect de cercetare, aprecierea în rezultatul participării la seminare Evaluarea finală- examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. Nota generală se va determina ca o medie ponderată în modul următor: <ul style="list-style-type: none"> evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; evaluare finală – 40% 	

Lucrul individual	Studentii vor elabora un proiect cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite domenii de cercetare. Cerințele și termenele de elaborare și prezentate se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI "Lucrul individual".
Bibliografie recomandată	de bază <ul style="list-style-type: none"> 1. Constantin C. Sisteme informatice de marketing. Analiza și prelucrarea datelor de marketing. Aplicații practice în SPSS. Ed. Infomarket, Brașov, 2006. 2. Datculescu P. Cercetarea de marketing. Ed. Brandbuilders, București, 2006. 3. Lefter C (coordonator). Marketing, Ed. Universității Transilvania, 2006.
	suplimentară <ul style="list-style-type: none"> 1. 1. Cetină Iu., Marketingul competitiv în sectorul serviciilor, București, 2001 2. Chira R., <i>Logistica mărfurilor</i>. Vol I. Vol II., Suport de curs., Editura Pro Universitaria., 2016., 426 p., ISBN: 978-606-26-0528-5. 3. Corețchi B., Corlateanu V. Metode de cuantificare a nivelului de diversificare a produselor agroalimentare. <i>В материалы международной научно-практической конференции, Интеграция экономической науки и практики как механизм эффективного развития современного общества</i>, СУРМ, Кишинэу, 2014, с. 59-67., 0,70 п.л. ISBN 978-9975-117-17-3.

APROBAT

la ședința departamentului EMkT

din 30.08.2018

Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament

Maria Hămurară, conf. univ., dr.

