

**FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI**

*Promovarea produsului turistic*

**Responsabil de disciplină/modul: Pascari Ludmila dr. conf. univ.**

**Administrarea disciplinei**

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.03.A.0.22	120	30	30	-	60	4	Română/ rusă/engleză
S.03.A.0.22	120	16	8		96	4	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	C2 Conducerea activităților în domeniul serviciilor turistice, hoteliere și agrement în funcție de profilul pieței și al legislației în vigoare C4 Utilizarea informației în elaborarea de studii de piață în domeniul serviciilor hoteliere, turism și agrement; C6 Elaborarea, realizarea și evaluarea proiectelor în turism și servicii;	<i>de cunoaștere:</i> 2.2. A identifica procesul de execuție a operațiunilor de promovare, stimulare a vânzărilor și formare a pachetelor turistice 4.2.A descrie metodele, tehnicile și instrumentele de culegere, analiză a datelor referitoare la problemele pieței turistice și servicii hoteliere 6.1.A descrie procesul de realizare, evaluare a proiectelor în turism
		<i>de aplicare:</i> 2.3. A determina metodele, tehnicile și instrumentele pentru derularea operațiunilor și a tehnicilor cazare, rezervare și transport în turism 4.3.A utiliza metodele, tehnicile și instrumentele de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă în domeniul de activitate 4.4.A aplica metodele, tehnicile și instrumentele pentru elaborarea rapoartelor privind cercetarea pieței turistice și serviciilor hoteliere 6.3.A argumenta utilitățile privind elaborarea și implementarea proiectelor în domeniul serviciilor hoteliere
		<i>de integrare:</i> 2.6. A simula operațiunile și/sau creare/vânzare a produselor turistice și cazare în funcție de profilul pieței și al legislației în vigoare 4.5.A identifica criteriile de selecție și aplicare a variantei adecvate pentru culegerea și analiza datelor privind evoluția pieței turistice și serviciilor hoteliere 6.6. A elabora un studiu referitor la realizarea proiectelor din domeniu turismului
<b>Conținutul disciplinei</b>	Particularitățile marketingului produsului turistic Tehnologia de formare a produsului turistic Cercetări de marketing ale canalelor de distribuție produsului turistic Promovarea produsului turistic: politica de comunicare Promovarea produsului turistic: publicitate Promovarea produsului turistic: stimularea vânzărilor Promovarea produsului turistic: relații cu publicul Vânzări personale în comercializarea întreprinderilor de turism	
<b>Evaluarea rezultatelor</b>	<i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual-studiu de caz, aprecierea în rezultatul participării la seminare <i>Evaluarea finală</i> - examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. <i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor: <ul style="list-style-type: none"> <li>evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• evaluare finală – 40%</li> </ul>
<b>Lucrul individual</b>	<p>Studentii vor elabora un studiu de caz cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor de cercetare pe anumite tematici la nivelul entității economice. Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI ”Lucrul individual”.</p>
<b>Bibliografie recomandată</b>	<p>de bază</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cetina I. Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații. București: Uranus, 2006.</li> <li>2. Дунец А. Н. Проектирование и продвижение регионального туристского продукта: учебное пособие / А. Н. Дунец; Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014.</li> </ol> <p>suplimentară</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mihuleac Emil, Stângaciu Stan – Managerul profesionist , Ed. MAIKO, București, 1996;</li> <li>2. <a href="#">Вертайм К., Фенвик Я.</a> Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. DigiMarketing: The Essential Guide to New media &amp; Digital Marketing. - М.: Альпина Паблицерз, Юрайт, 2010.</li> <li>3. <a href="#">Гшвандтнер Г.</a> Невербальные коммуникации в продажах. Технологии скрытого влияния на покупателей. The Art of Nonverbal Selling. - М.: <a href="#">Добрая книга</a>, 2010.</li> </ol>

**APROBAT**  
**la ședința departamentului EMkT**  
**din 30.08.2018**  
**Proces verbal nr. 1/18-19**

**Șef departament**  
**Maria Hamuraru, conf. univ., dr.**

