



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT - MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT - MARKETING
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	ECONOMIA COMERTULUI, TURISMULUI SI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING ÎN TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	Opț

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					9
Examinări					8
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					69
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing, Economie în servicii, Marketingul serviciilor
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 -Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; C2 -Comercializarea produselor/serviciilor; C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii. C5 -Asigurarea calitatii prestațiilor în comerț, turism și servicii;
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea specificului marketingului în domeniul turistic
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea specificului pieței turistice; Integrarea principiilor de marketing în activitatea organizațiilor din domeniul turistic.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1: Conținutul și funcțiile marketingului turistic	Expunere, conversație	2 ore
C2: Mediul de marketing al organizațiilor din domeniul turistic	Expunere, conversație	2 ore
C3. Caracteristicile pieței turistice	Expunere, conversație	2 ore
C4: Analiza pieței turistice. Metode și tehnici	Expunere, conversație	2 ore
C5: Comportamentul consumatorilor de servicii turistice	Expunere, conversație	2 ore
C6: Segmentarea pieței turistice	Expunere, conversație	2 ore
C7: Strategii de marketing turistic	Expunere, conversație	2 ore
C8: Politica de produs în turism	Expunere, conversație	2 ore
C9: Politica de produs în turism	Expunere, conversație	2 ore
C10: Politica de preț în turism	Expunere, conversație	2 ore
C11: Politica de distribuție în turism	Expunere, conversație	2 ore
C12: Politica de comunicare în turism	Expunere, conversație	2 ore
C13: Planificarea strategică în marketingul turistic	Expunere, conversație	2 ore
C14: Tendințe în domeniul turismului	Expunere, conversație	2 ore

Bibliografie

1. Andreiana V.A. (2014) *Rolul managementului în dezvoltarea durabilă a turismului rural*, Ed. Valahia University Press, Târgoviște
2. Andreiana V.A., Stoica G.D. (2018) *Economie în servicii*, Ed. Prouniversitaria, București
3. Balaure Virgil, Cătoiu Iacob, Vegheș Călin (2005), *Marketing turistic*, Ed. Uranus, București.
4. Bucur-Sabo M. (2006), *Marketing turistic*, Ed. Irecson, București.
5. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), *Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații*, Ed. Uranus București.
6. Constantinescu L.M., Gavrilă G. (2011), *Marketing în turism*, Ed. ProUniversitaria, București.
7. Enescu Maria (2017), *Marketingul serviciilor turistice și importanța lor pentru dezvoltarea sectorului terțiar*, Editura Universitaria, Craiova.
8. Henche B.G. (2004), *Marketing în turism rural*, Ed. Irecson, București.
9. Kotler Ph & alii (2019), *Marketing Management*, Pearson Education Limited.
10. Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver (2019), *Marketing: An Introduction*. 13 th Edition

Pearson. 11. Marcu Laura (2018), <i>Introducere în publicitate</i>, Editura ProUniversitaria, București. 12. Marcu Laura (2022), <i>Marketing turistic</i>, note de curs online, Moodle. 13. Niculae A.I., Marian C. (2015), <i>Piața produselor agroalimentare ecologice în Uniunea Europeană și România</i>, Ed. Ceres, București. 14. Niculae A.I., Marian C. (2006), <i>Agroturism și marketing agroturistic</i>, Ed. Ceres, București. 15. Susanu I.O. (2007), <i>Marketing turistic</i>, Ed. Didactică și Pedagogică, București. 16. Tănăsescu D. (2015), <i>Marketingul serviciilor</i>, Ed. Bibliotheca, Târgoviște. 17. Toma A. (2012), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște. 18. Zamfir C. Moise (2002), <i>Targurile, expozitiile si conventiile, instrumente de marketing</i>, Allbeck, Bucuresti. 19. *** „Principles of Marketing” (Kotler), https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1: Introducere în marketingul turistic: funcții, particularități	dezbatere, exemple	2 ore
S2: Analiza macromediului de marketing în turism	dezbatere, exemple	2 ore
S3: Analiza micromediului de marketing în turism	dezbatere, exemple	2 ore
S4: Caracteristici personale care influențează comportamentul consumatorului de servicii turistice.	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S5: Segmentarea pieței turistice	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S6: Folosirea cercetărilor de marketing în domeniul turistic	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S7: Definirea produsului turistic. Politica de produs	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S8: Definirea produsului turistic. Politica de produs	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S9: Strategii de marcă în turism	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S10: Politici de preț în turism	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S11: Politica de distribuție în turism	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S12: Comunicarea de marketing a organizațiilor din turism	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S13: Planul de marketing al organizațiilor din turism	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
S14: Promovarea unei destinații turistice	dezbatere, exemple, studii de caz	2 ore
Bibliografie		
1. Andreiana V.A. (2014) <i>Rolul managementului în dezvoltarea durabilă a turismului rural</i>, Ed. Valahia University Press, Târgoviște 2. Andreiana V.A., Stoica G.D. (2018) <i>Economie în servicii</i>, Ed. Prouniversitaria, București 3. Balaure Virgil, Cătoi Iacob, Vegheș Călin (2005), <i>Marketing turistic</i>, Ed. Uranus, București. 4. Bucur-Sabo M. (2006), <i>Marketing turistic</i>, Ed. Irecson, București. 5. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), <i>Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații</i>, Ed. Uranus București. 6. Constantinescu L.M., Gavrilă G. (2011), <i>Marketing în turism</i>, Ed. ProUniversitaria, București. 7. Enescu Maria (2017), <i>Marketingul serviciilor turistice și importanța lor pentru dezvoltarea sectorului terțiar</i>, Editura Universitaria, Craiova. 8. Henche B.G. (2004), <i>Marketing în turism rural</i>, Ed. Irecson, București. 9. Kotler Ph & alii (2019), <i>Marketing Management</i>, Pearson Education Limited. 10. Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver (2019), <i>Marketing: An Introduction</i>. 13 th Edition Pearson. 11. Marcu Laura (2018), <i>Introducere în publicitate</i>, Editura ProUniversitaria, București. 12. Marcu Laura (2022), <i>Marketing turistic</i>, note de curs online, Moodle. 13. Niculae A.I., Marian C. (2015), <i>Piața produselor agroalimentare ecologice în Uniunea Europeană și România</i>, Ed. Ceres, București. 14. Niculae A.I., Marian C. (2006), <i>Agroturism și marketing agroturistic</i>, Ed. Ceres, București. 15. Susanu I.O. (2007), <i>Marketing turistic</i>, Ed. Didactică și Pedagogică, București. 16. Tănăsescu D. (2015), <i>Marketingul serviciilor</i>, Ed. Bibliotheca, Târgoviște. 17. Toma A. (2012), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște. 18. Zamfir C. Moise (2002), <i>Targurile, expozitiile si conventiile, instrumente de marketing</i>, Allbeck, Bucuresti. 19. *** „Principles of Marketing” (Kotler), https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler		

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

Utilizarea de studii de caz și exemple de pe piața românească, europeană și mondială.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe	Evaluare finală (examen)	50
	Participare curs	Întrebări recapitulative	-
10.5 Seminar/laborator	Cunoștințe practice	Conținut raport de studiu individual	40
	Abilități de comunicare	Formă raport de studiu individual	10
10.6 Standard minim de performanță: • Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei • Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor și procedeeleor de lucru specifice disciplinei			

Data completării
29.09.2025

Titularul de curs
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



Titularul de aplicații
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf. univ.dr. habil. Maria - Cristina ȘTEFAN