



FIȘA DISCIPLINEI Anul universitar 2023-2024

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de Ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Management Hotelier

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	POLITICI ȘI STRATEGII DE PROMOVARE ONLINE						
2.2 Cod	IMR0039						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Mihaela-Filofteia Tutunea						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Mihaela-Filofteia Tutunea						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Optională

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	24	Din care: 3.5. curs	12	3.6. seminar/laborator	12
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					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					7
Examinări					4
Alte activități	Pregătire examinare finala				17
3.7. Total ore studiu individual					76
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Cursul se desfășoară în sala cu calculator, conexiune Internet, pachete software instalate, video proiector; Studentii nu întârzie, nu intra după începerea cursului și nu ies din sala în timpul prelegerilor; este interzisă folosirea telefoanelor mobile, în orice mod; în fiecare curs, studentii participă la activități interactive și completează quiz-urile aferente topicurilor prezentate
--------------------------------	--



5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Laboratoarele se desfășoară în sala cu rețea calculatoare, conexiune Internet, pachete software instalate, video proiector; nu este permisă utilizarea telefoanelor sub nici un mod în timpul laboratoarelor; toate materialele de studiu și de lucru practic sunt puse la dispoziția studenților pe Google Drive; fiecare student are obligația de a participa activ și interactiv la rezolvarea sarcinilor de laborator, iar rezultatele individuale sunt salvate pe GD, în fiecare laborator;
---	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C4 Elaborarea de alternative decizionale și analizarea impactului acestora asupra funcționării unităților cu servicii de ospitalitate /turistice, utilizând tehnologii informaționale moderne C5 Elaborarea de rapoarte/ studii necesare administrării unei unități cu servicii de ospitalitate /turistice și acordarea de consultanță în domeniu
Competențe transversale	CT3 Valorificarea eficientă a variatelor resurse și tehnici de învățare pentru dezvoltarea personală

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Însușirea noțiunilor legate de promovarea offline și online• Dobândirea abilităților de utilizare și realizare a instrumentelor de promovare în mediul tradițional și cel digital
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Dobândirea de cunoștințe comparative legate de comunicarea de marketing off și online;• Familiarizarea cu politici și strategii de promovare offline vs. online;• Dobândire cunoștințe legate de realizarea diverselor tipuri de instrumente publicitare și de promovare;• Dobândire cunoștințe legate de instrumentele de promovare specifice mediului digital;• Identificarea instrumentelor de promovare specifice domeniului turistic, industriei ospitalității, managementului hotelier

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comunicarea de marketing în mediul tradițional	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	2 cursuri
Publicitate și promovare în mediul tradițional	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	2 cursuri
Publicitate și promovare în mediul digital	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	3 cursuri



PR online	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Publicitatea online în România	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Forța de vânzare online	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Rețele colaborative	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Concurența online	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Strategii și politici promoționale online	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Strategii și politici promoționale în turism	Expunere interactivă, practică, participare student, problematizare, exemple concrete din mediul de afaceri prezentate/ discutate/ analizate	1 curs
Bibliografie suplimentară	Tutunea Mihaela-Filofteia, Politici si stragegii de promovare online, suport curs format digital Belch, G., E., Belch, M. A., Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw Hill Inc., 2004 Chaffey D., Mayer R., s.a , Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall, 2006; Cosma S, Promovarea în marketingul internațional, Ed. Alma mater Cluj-Napoca, 2006; De Pelsmacker, P., Geuens, M., Van den Berg, J., Marketing Communications, Pearson Education Limited, 2001 Dobre, C., Publicitate. Teorie și practică, Ed. Mirton Timișoara, 2005 Dobre, C., Publicitatea și promovarea vânzărilor, Ed. Mirton, Timișoara, 2006 Grossek G, Marketing si comunicare pe internet, Ed. Lumen, 2006; Haig, M, Manual de e-marketing, Editura Rentrop & Straton, 2005 Iliescu, D., Petre, D., Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia reclamei, Ed. Comunicare.ro, 2005 Kotler, P, Principiile marketingului, Teora, 1999;	

8.2. Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Mix comunicational offline vs. online	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	2 laboratoare
Proiectarea unei campanii publicitare	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	2 laboratoare
Platforme freeware de generare a webprezențelor	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Studiul ofertei online	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Instrumente freeware SEM	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	2 laborator
Instrumente de online PR	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Publicitate online din România	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator



Interfețe comerciale digitale	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Identificarea competiției online	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Rețele colaborative	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Instrumente de mobile-ad	Aplicații practice, problematizare, studii de caz	1 laborator
Bibliografie suplimentară	Belch, G., E., Belch, M. A., Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw Hill Inc., 2004 Chaffey D., Mayer R., s.a , Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall, 2006; Cosma S, Promovarea în marketingul internațional, Ed. Alma mater Cluj-Napoca, 2006; De Pelsmacker, P., Geuens, M., Van den Berg, J., Marketing Communications, Pearson Education Limited, 2001 Dobre, C., Publicitate. Teorie și practică, Ed. Mirton Timișoara, 2005 Dobre, C., Publicitatea și promovarea vânzărilor, Ed. Mirton, Timișoara, 2006 Grossek G, Marketing și comunicare pe internet, Ed. Lumen, 2006; Haig, M, Manual de e-marketing, Editura Rentrop & Straton, 2005 Ilescu, D., Petre, D., Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia reclamei, Ed. Comunicare.ro, 2005 Kotler, P, Principiile marketingului, Teora, 1999;	

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

<p>Cunoașterea și utilizarea instrumentelor de promovare și publicitate este absolut în dezvoltarea oricărei companii</p> <p>Conținuturile și instrumentele prezentate în cadrul cursului sunt cele folosite în activitatea companiilor la nivel național și internațional</p> <p>Toate aplicațiile practice au legătura directă cu mediul de afaceri și cu activitatea companiilor din domeniul managementului hotelier</p> <p>Conținuturile cursului sunt tratate și de universitățile din străinătate</p>
--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Înțelegerea noțiunilor prezentate; Coerența logică; Limbajul de specialitate; Capacitatea de conectare și aplicare în mediul de afaceri digital și turism online	test	5%
10.5. Seminar/laborator	Capacitate de a aplica noțiunile învățate; Studiul individual; Interes și participare interactivă; Realizarea sarcinilor de lucru;	Teme individuale	5%
	Prezența activă și interactivă - 95%	Fisiere salvate pe GD	10 %
	Proiecte individuale/echipa – I,II , nota minimă 5/proiecte	Pe parcurs	50%
	Test – teorie – nota minimă 5	Conform programării	30%
OBS	Evaluarea este unica pentru toate sesiunile de examene!!!		



10.6. Standard minim de performanță

- cunostinte de baza din toate modulele studiate si aplicarea acestora in exemple practice
- deprinderi practice efective de utilizare a instrumentelor software studiate

Data completării
29.09.2023
Filofteia Tutunea

Semnătura titularului de curs

Conf. Dr. Mihaela-Filofteia Tutunea

Semnătura titularului de seminar

Conf. Dr. Mihaela-

Data avizării în departament

11.10.2023

Semnătura directorului de departament

Conf. Dr. Marius Bota