

**56**

**1**

**FIŞA DISCIPLINEI**

**1.**

**Date despre program**

**2.**

**Date despre disciplină**

**3.**

**Timpul total estimat**

**4.**

**Precondiţii** (acolo unde este cazul)

**5.**

**Condiţii** (acolo unde este cazul)

1Conform: Ordinul Ministrului nr. 5703 din18 oct. 2011, anexa 3.

1

5.1 de desfăşurare a cursului

Sală de curs, calculator, videoproiector, tablă, Internet

5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului

Sală de seminar, calculator, videoproiector, tablă, Internet

4.1 de curriculum

-

4.2 de competenţe

-

3.1 Număr de ore pe săptămână

4

din care3.2curs

2

3.3 seminar/laborator

2

**3.4 Total ore din planul de învăţământ**

**din care3.5curs**

**28**

**3.6 seminar/laborator**

**28**

Distribuţia fondului de timp

56

Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe

25

Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren

15

Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri

10

Tutoriat

10

Examinări

9

Alte activităţi…

-

**3.7 Total ore studiu individual**

**69**

**3.8 Total ore pe semestru**

**125**

**3.9 Numărul de credite**

**5**

2.1 Denumirea disciplinei

MARKETINGUL SERVICIILOR

2.2 Titularul activităţii de curs

Conf. Univ. dr. Florian Gyula-Laszlo

2.3 Titularul activităţii de seminar

Asist. Univ. dr. Czuczor Krisztina

2.4 Anul de studiu

III

2.5 Semestrul

6

2.6 Tipul de evaluare

Examen

2.7 Regimul disciplinei

DS/O

1.1 Instituţia de învăţământ superior

Universitatea Creştină Partium

1.2 Facultatea

Facultatea de Ştiinţe Economice și Sociale

1.3 Departamentul

Departamentul de Economie

1.4 Domeniul de studii

Administrarea Afacerilor

1.5 Ciclul de studii

Licenţă

1.6 Programul de studii/Calificarea

Economia comerţului, turismului şi serviciilor

CP.2.2 Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor.

CP.2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct.

**8. Conţinuturi**

**6.Competenţe specifice acumulate**

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

2

**8.1 Curs**

**Metode de predare**

**Observaţii**

1. Conţinutul şi funcţiile marketingului serviciilor.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

2. Mediul de marketing al firmelor de servicii.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

3. Particularităţile serviciilor şi clasificarea acestora.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

4. Piaţa serviciilor.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

5. Conţinutul şi structura mixului de marketing în domeniul serviciilor. Componentele clasice ale mixului de marketing în domeniul serviciilor.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

6. Particularităţile mixului de marketing în domeniul serviciilor.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

7. Strategii de marketing în servicii şi comerţ.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

8. Conţinutul şi funcţiile marketingului turistic.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

9. Mediul de marketing al firmelor de turism.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

10. Piaţa turistică.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

11. Comportamentul consumatorului de produse şi servicii turistice.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

12. Segmentarea pieţei turistice.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

13. Particularităţile mixului de marketing în turism.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

14. Strategii de marketing în turism.

Prezentare PPT/Curs interactiv

2 ore

7.1 Obiectivul general al disciplinei

Iniţiere în studiul marketingului serviciilor.

7.2 Obiectivele specifice

Prezentarea elementelor teoretice fundamentale de marketingul serviciilor, însușirea conceptelor de bază ale marketingului serviciilor și înțelegerea relevanţei lor pentru funcţionarea organizaţiilor, pentru derularea proceselor de marketing, pentru dezvoltarea strategiilor, planurilor și programelor de marketing în domeniul serviciilor. Însușirea cunoștințelor necesare realizării unui diagnostic de marketing, dezvoltării strategiilor, planurilor și programelor de marketing în domeniul serviciilor. Realizarea unui referat pe teme de specialitate. Realizarea unui plan de marketing.

Competenţe profesionale

Competenţe transversale

**CT.1** Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă.

**CT.2** Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei.

**Bibliografie:**

1. Veres Zoltán (2021): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Budapest: Akadémiai Kiadó.
2. Keller, Kevin Lane–Kotler, Philip (2016): Marketingmenedzsment. Budapest: Akadémiai Kiadó.
3. Józsa László (2016): Marketingstratégia. Budapest: Akadémiai Kiadó. https://doi.org/10.1556/9789630597920
4. Veres, Zoltán: Szolgáltatás-Marketing. KJK KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest, 2002.
5. Barna, Hajnalka: Szolgáltatás Marketing (Suport de curs electronic). 2017.
6. Kenesei Zsófia–Cserdi Zsófia Hajnalka (2018): Szolgáltatásmarketing a turizmusban. Budapest: Akadémiai Kiadó.

**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară şi din străinătate, precum și cu cerințele activităților profesionale derulate în cadrul organizațiilor angajatoare.

Semnătura titularului de seminar

Dr. Czuczor Krisztina

Semnătura titularului de curs

Dr. Flórián Gyula-László

Data completării

15 Sept 2023

Semnătura directorului de departament

Data avizării în departament

**10. Evaluare**

3

Tip activitate

10.1 Criterii de evaluare

10.2 Metode de evaluare

10.3 Pondere din nota finală

10.4 Curs

Evaluare sumativă:

corectitudinea şi completitudinea cunoştinţelor;

coerenţa logică;

gradul de asimilare a limbajului de specialitate.

Examen oral

50 %

10.5 Seminar

Evaluare progresivă:

capacitatea de aplicare în practică;

criterii ce vizează aspectele atitudinale: conştiinciozitatea, interesul pentru studiu individual.

Evaluarea proiectului individual (mix de marketing în cazul unei organizații din domeniul serviciilor) prezentat oral și în scris

50%

10.6 Standard minim de performanţă

Obţinerea a minim 50% din punctajul total acordat, dintre care 25% pentru activitatea de seminar şi 25% la proba de verificare

**8.2 Seminar**

**Metode de predare**

**Observaţii**

1. Mediul de marketing al firmelor de servicii

Prelucrare studiu de caz

2 ore

2. Mediul de marketing al firmelor de comerţ

Prelucrare studiu de caz

2 ore

3. Mediul de marketing al firmelor de turism

Prelucrare studiu de caz

2 ore

4. Comportamentul consumatorului de servicii

Prelucrare studiu de caz

2 ore

5. Mixul de marketing al firmelor de servicii

Prelucrare studiu de caz

2 ore

6. Mixul de marketing al firmelor de comerţ

Prelucrare studiu de caz

2 ore

7. Mixul de marketing al firmelor de turism.

Prelucrare studiu de caz

2 ore

8. Managementul proceselor în domeniul serviciilor

Prelucrare studiu de caz

2 ore

9. Managementul situațiilor de reclamații în domeniul serviciilor

Prelucrare studiu de caz

2 ore

10. Strategii de marketing în servicii

Prelucrare studiu de caz

2 ore

11. Strategii de marketing în comerţ

Prelucrare studiu de caz

2 ore

12. Strategii de marketing în turism

Prelucrare studiu de caz

2 ore

13. Strategii de marketing în domeniul învățământului

Prelucrare studiu de caz

2 ore

14. Mix de marketing în cazul unei organizații din domeniul serviciilor.

Prezentarea proiectelor individuale Evaluare

2 ore