

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Creștină Partium
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Sociale
1.3 Departamentul	Departamentul de Economie
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETINGUL SERVICIILOR
2.2 Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Flórián Gyula-László
2.3 Titularul activității de seminar	Asist. univ. dr. Kovács Tünde Zita
2.4 Anul de studiu	III
2.5 Semestrul	6
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	DS/O

3. Timpul total estimat

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	28
Distribuția fondului de timp					56
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminar/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					9
Alte activități...					-
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	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs, calculator, videoproiector, tablă, Internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar, calculator, videoproiector, tablă, Internet

¹ Conform: Ordinul Ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011, anexa 3.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	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.
Competențe transversale	CT.1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. CT.2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Inițiere în studiul marketingului serviciilor.
7.2 Obiectivele specifice	Prezentarea elementelor teoretice fundamentale de marketingul serviciilor, însușirea conceptelor de bază ale marketingului serviciilor și înțelegerea relevanței lor pentru funcționarea organizațiilor, 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.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Conținutul și funcțiile marketingului serviciilor.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
2. Mediul de marketing al firmelor de servicii.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
3. Particularitățile serviciilor și clasificarea acestora.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
4. Piața serviciilor.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
5. Conținutul și structura mixului de marketing în domeniul serviciilor. Componentele clasice ale mixului de marketing în domeniul serviciilor.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
6. Particularitățile mixului de marketing în domeniul serviciilor.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
7. Strategii de marketing în servicii și comerț.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
8. Conținutul și funcțiile marketingului turistic.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
9. Mediul de marketing al firmelor de turism.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
10. Piața turistică.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
11. Comportamentul consumatorului de produse și servicii turistice.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
12. Segmentarea pieței turistice.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
13. Particularitățile mixului de marketing în turism.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore
14. Strategii de marketing în turism.	Prezentare PPT/Curs interactiv	2 ore

8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Mediul de marketing al firmelor de servicii	Prelucrare studiu de caz	2 ore
2. Mediul de marketing al firmelor de comerț	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 comerț	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 comerț	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.	Prezentare a proiectelor individuale	2 ore

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 conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare sumativă: corectitudinea și completitudinea cunoștințelor; coerența logică; gradul de asimilare a limbajului de	Examen scris	50 %
10.5 Seminar	Evaluare progresivă: capacitatea de aplicare în practică; criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiinciozitatea, 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 performanță Obținerea a minim 50% din punctajul total acordat, dintre care 25% pentru activitatea de seminar și 25% la proba de verificare			

Data completării
15 Sept 2024

Semnătura titularului de curs
dr. Flórián Gyula-László

Semnătura titularului de seminar
Dr. Kovács Tünde Zita

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament