

ADMITERE DOCTORAT

Sesiunea Septembrie 2024

Domeniul de doctorat: Marketing

Conducător de doctorat: Prof. dr. Băltescu Codruța Adina

TEME (TEMATICI) PENTRU CONCURS

TEMA 1: Explorarea atributelor hoteliere în scopul îmbunătățirii calității produsului unităților de cazare

Conținut / Principalele aspecte abordate

- Conceptul de produs hotelier. Actualizări contemporane ale conținutului și diversității atributelor hoteliere.
- Standarde de calitate naționale și internaționale aplicate în industria hotelieră.
- Procesul de identificare, măsurare și corectare a abaterilor în evaluarea calității atributelor și produselor hoteliere.
- Strategii de marketing pentru îmbunătățirea calității produsului unităților de cazare.

Bibliografie recomandată:

1. Fyall, A., Legoherel, A., Frochot, I., Wang, Y. 2019. Marketing for Tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences: Routledge.
2. George, R. 2021. Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases: Palgrave MacMillan.
3. Gursoy, D. (ed.). 2018. The Routledge Handbook of Hospitality Marketing: Routledge.
4. Kotler, P, Bowen, J.T., Baloglu, S. 2022. Marketing for Hospitality and Tourism, a 8-a ediție: Pearson Education Limited.
5. Lupu, N. 2010. Hotelul – economie și management, ediția a VI-a: C.H. Beck, București.
6. Srivastava, A., Kumar, V. 2021. Hotel attributes and overall customer satisfaction: What did COVID-19 change? *Tourism Management Perspectives*, 40, 100867.
7. Wirtz, J. 2022. Essentials of Services Marketing, ediția a 4-a: Pearson Education Limited.
8. Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. 2017. Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm, ediția a 7-a: McGraw Hill Education.

Note /Precondiții / Obs.: *Nu este cazul*

Doctorat științific (doar cu frecvență)

Doctorat profesional în domeniile Muzică și Știința sportului și educației fizice (cu frecvență sau frecvență redusă)

cu finanțare de la bugetul de stat

cu taxă sau cu finanțare din alte surse decât bugetul de stat

TEMA 2: Semnificația social media marketing în crearea și consolidarea imaginii firmelor de turism

Conținut / Principalele aspecte abordate

- Principalii actori în social media marketing: consumatori, utilizatori și co-creatori de valoare, organizații.
- Conținutul și contextul informațiilor furnizate prin platformele de social media marketing.
- Puterea social media: identificarea problemelor de imagine cu care se confruntă firmele de turism pe baza evaluării informațiilor din social media.
- Conceperea, implementarea, monitorizarea și evaluarea campaniilor social media.

Bibliografie recomandată:

1. Dahl, S. 2018. Social Media Marketing. Theories & Applications. Ediția a 2-a: Sage.
2. Fyall, A., Legoharel, A., Frochot, I., Wang, Y. 2019. Marketing for tourism and Hospitality. Collaboration, Technology and Experiences: Routledge.
3. George, R. 2021. Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases: Palgrave McMillan.
4. Iseli, F. 2021. Social Media for Small Business: Wiley.
5. Kim, C.M. 2020. Social Media Campaigns. Strategies for Public Relations and Marketing, ediția a 2-a: Taylor & Francis.
6. Kotler, P, Bowen, J.T., Baloglu, S. 2022. Marketing for Hospitality and Tourism, a 8-a ediție: Pearson Education Limited.
7. Sanak-Kosmowska, K. 2022. Evaluating Social Media Marketing. Social Proof and Online Buyer Behaviour: Routledge.
8. Tuten, T.L., Solomon, M.R. 2018. Social Media Marketing, ediția a 3-a: Sage.

Note /Precondiții / Obs.: *Nu este cazul*

Doctorat științific (doar cu frecvență)

Doctorat profesional - în domeniile Muzică și Știința sportului și educației fizice (cu frecvență sau frecvență redusă)

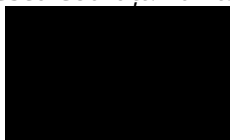
cu finanțare de la bugetul de stat

cu taxă sau cu finanțare din alte surse decât bugetul de stat

Conducător de doctorat,

Prof. dr. Băltescu Codruța Adina

Semnătură



Coordonatorul domeniului de doctorat,

Prof. dr. Epuran Gheorghe

Semnătură

