



**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Colegiul Național de Comerț al ASEM**

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM

Budurin - Furculiță C.

2023

Curriculum modular

S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității

**Programul de formare profesională tehnică: 101310 Organizarea
serviciilor în hoteluri și complexe turistice**

Calificarea: 422402 Recepționar unitate de cazare (calificare medie)

Numărul de credite – 2

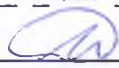
Aprobat:

La ședința Consiliului metodic – științific al Colegiului Național de Comerț al ASEM,
proces – verbal nr. 4 din 12 decembrie 2023

Director adjunct pentru instruire și educație  Rotaru Irina

La ședința catedrei "Economie, Turism, Servicii",

proces verbal nr. 4 din 28 noiembrie 2023

Șef catedră  Patrașcu Dorina

Autori:

Tacu Cornelia, grad didactic doi, Colegiul Național de Comerț al ASEM

Golovca Diana, grad didactic doi, Centrul de Excelență în Viticultură și Vinificație

Recenzenți:

ÎI ULIM HOTEL "EUROPA", manager Leșan Nadejda

SRL "JUMBO" Hotel, manager Pana Galina

Cuprins

I.	Preliminarii.....	4
II.	Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	5
III.	Competențele profesionale specifice modulului.....	6
IV.	Administrarea modulului.....	7
V.	Unitățile de învățare.....	7
VI.	Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	9
VII.	Studiu individual ghidat de profesor.....	10
VIII.	Lucrările practice recomandate.....	10
IX.	Sugestii metodologice.....	11
X.	Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	11
XI.	Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studiu.....	13
XII.	Resursele didactice recomandate elevilor.....	14

I. Preliminarii

Unitatea de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* este destinată pregătirii elevilor la programul de formare profesională tehnică *Organizarea serviciilor în hoteluri și complexe turistice* și are ca scop aprofundarea cunoștințelor și deprinderilor elevilor în domeniul teoriei și practicii a promovării unităților de cazare. Proiectarea curriculară e realizată în baza prevederilor domeniului de formare profesională 1013 "Servicii hoteliere, restaurante și alimentație publică" la specialitatea *101310 Organizarea serviciilor în hoteluri și complexe turistice*, a Planului de formare profesională elaborat de Colegiul Național de Comerț al ASEM și aprobat de Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.590 SC-27/22 din 22.06.2022 și Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova.

În sistemul relațiilor cu mediul economico-social, cu piața eforturile de marketing ale întreprinderii moderne nu se pot limita la producerea și distribuirea de bunuri și servicii; ele implică, totodată o permanentă și complexă comunicare, cu mediul extern, cu piața care presupune o informare a consumatorilor potențiali, acțiuni specifice de influențare a comportamentului de cumpărare și de consum, de sprijinire a procesului de vânzare. Toate aceste activități alcătuiesc *Tehnicile de promovare, componentă importantă a politicii de marketing a întreprinderii moderne.*

Dezvoltarea unei strategii promoționale și a componentelor ei a devenit destul de importantă în activitatea de marketing a diferitor tipuri de entități. Marketingul implică mai mult decât dezvoltarea unui produs sau serviciu bun, decât stabilirea unui preț corect și decât asigurarea rapidă a disponibilității lui pentru consumator. Acestea sunt insuficiente pentru a genera suficiente vânzări și profituri. Mulți dintre consumatorii potențiali nu vor deveni niciodată conștienți de existența unui anumit produs sau serviciu, iar alții nu vor fi convinși de avantajele lui. Astfel, unitatea de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* va permite elevilor să cunoască instrumentele promoționale folosite în industria ospitalității. Concurența este așa de intensă și piața atât de dinamică, încât firmele trebuie să dezvolte programe corespunzătoare de comunicare și promovare. Cursul este orientat spre formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și competențe în domeniul promovării și distribuirii serviciilor în industria ospitalității. În cadrul cursului elevii își pot valorifica propriile idei cu privire la tehnici promoționale clasice, dar și cele moderne care se utilizează tot mai mult la nivel național cât și internațional.

Scopul predării unității de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* vizează furnizarea cunoștințelor teoretice și practice în domeniul comunicării promoționale, mix-ului promoțional, tehnici de promovare a vânzărilor și eficacitatea activității promoționale.

Unitățile de curs ce în mod obligatoriu trebuie certificate până la demararea procesului de instruire al unității de curs:

F.01.O.009 Fundamentele serviciilor unităților de cazare

S.04.O.019 Operațiuni ale departamentului recepție

U.05.O.006 Bazele antreprenoriatului

F.06.O.014 Management

S .06.O.022 Tehnologia operațiunilor de turism

F.07.O.015 Marketingul unităților de cazare

II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

Unitatea de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* este pregătirea avansată din domeniul serviciilor în hoteluri și complexe turistice, cu oferirea ulterioară a posibilității de aplicare a cunoștințelor în practică, în câmpul muncii.

Agenții economici din industria ospitalității necesită specialiști competenți, capabili să contribuie la soluționarea problemelor parvenite în activitatea unităților de alimentație publică, ceea ce se poate realiza prin învățarea, formarea și dezvoltarea competențelor specifice industriei ospitaliere. De aceea, curriculumul *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* este un reper de promovare ca parte a procesului de comunicație al firmei prin care aceasta, folosind un ansamblu de metode și tehnici specifice (concretizate în activități promoționale), încearcă să influențeze comportamentul clienților săi actuali și potențiali în vederea obținerii unor rezultate cât mai bune (profituri) pe o perioadă mai lungă de timp.

Studierea tehnicilor promoționale încearcă să formeze la viitorul specialist abilități de comunicare activă, realizate cu scopul de a modifica comportamentul clienților potențiali (de regulă, îmbunătățirea imaginii firmei și a produselor sale, prin creșterea volumului de vânzări), pot fi considerate drept activități promoționale desfășurate în vederea atingerii obiectivelor strategice ale politicii promoționale pe care și-a stabilit-o firma. Viitorului Receptor unitate de cazare, de calificare medie, îi vor fi de ajutor cunoștințele, abilitățile și atitudinile obținute la fiecare unitate de învățare pentru exercitarea atribuțiilor solicitate la locul de muncă ca:

- Descrierea serviciilor oferite potențialului cumpărător;
- Propune sugestii pentru elaborarea politicii de prețuri și contribuie cu sugestii la elaborarea cataloagelor de prezentare;
- Identifică noi clienți și oportunități de vânzări;
- Contactează potențialii clienți prin telefon, e-mail sau personal pentru a le prezenta oferta de servicii și a stabili un contract de vânzare-cumpărare cu aceștia, etc.

Cursul familiarizează elevii cu particularitățile politicii de comunicare promoțională, și în special cu principalele metode și tehnici promoționale care pot fi adoptate în industria ospitalității.

III. Competențele profesionale specifice modulului

Nr.	Competențele specifice modulului	Unitățile de competență
1.	CS.1 Determinarea procesului de proiectare și implementare a unui program promoțional.	UC.1.1 Identificarea activității promoționale ca necesitate în activitatea unităților de cazare. UC.1.2 Aprecierea importanței comunicării în activitatea promoțională. UC.1.3 Selectarea tehnicilor de promovare și analiza strategiilor promoționale. UC.1.4 Identificarea avantajelor și dezavantajelor utilizării diferitor tehnici promoționale. UC.1.5 Analizarea factorilor care influențează compoziția mixului de promovare. UC.1.6 Identificarea diverselor metode de elaborare a bugetului promoțional.
2.	CS.2 Analizarea impactului campaniei publicitare în promovarea întreprinderilor din industria ospitalității.	UC.2.1 Analizarea principiilor după care se realizează un mesaj publicitar. UC.2.2 Perceperea avantajelor și dezavantajelor diferitor media prin care publicitatea poate ajunge la publicul țintă. UC.2.3 Aprecierea rolului publicității în promovarea imaginii întreprinderilor din industria ospitalității. UC.2.4 Aprecierea și evaluarea instrumentelor specifice publicității directe.
3.	CS.3 Dezvoltarea eficacității promovării vânzărilor, a relațiilor publice și a forței de vânzare.	UC.3.1 Stabilirea criteriilor de promovare a vânzărilor. UC.3.2 Analizarea neajunsurilor promovării vânzărilor. UC.3.3 Analizarea eficienței tehnicilor de promovare în industria ospitalității. UC.3.4 Aprecierea rolul marketingului relațiilor publice în industria ospitalității. UC.3.5 Identificarea corelației sponsorizării cu relațiile publice și alte tehnici promoționale utilizate în industria ospitalității. UC.3.6 Analizarea forțelor de vânzare în industria ospitalității. UC.3.7 Identificarea principalelor obiective ale forței de vânzare și strategiile care decurg din acestea. UC.3.8 Analizarea eficienței acțiunilor promoționale prin acțiunea forțelor de vânzare în industria ospitalității.
4.	CS.4 Analiza impactului publicității online în promovarea întreprinderilor din industria ospitalității.	UC.4.1 Analizarea canalelor de promovare online. UC.4.2 Identificarea rolului internetului în promovarea afacerilor din industria ospitalității.

IV. Administrarea modului

Codul modulului	Denumirea modulului	Semestrul	Numărul de ore				Modalitate de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiu individual		
				Teorie	Practică			
S.08.O.027	Tehnici de promovare în industria ospitalității	VIII	60	20	20	20	Examen	2

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
1. Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing în industria ospitalității		
UC.1.1. Identificarea activității promoționale ca necesitate în activitatea unităților de cazare. UC.1.2. Aprecierea importanței comunicării în activitatea promoțională. UC.1.3. Selectarea tehnicilor de promovare și analiza strategiilor promoționale. UC.2.3 Aprecierea rolului publicității în promovarea imaginii întreprinderilor din industria ospitalității.	1.1. Comunicarea și activitatea promoțională. 1.2. Conținutul și rolul politicii promoționale a firmei. 1.2.1 Conceptul de promovare. 1.2.2 Structura activității promoționale. 1.2.3 Strategia promoțională a firmei.	A1. Identificarea elementelor procesului de comunicare. A2. Adaptarea la canalele de comunicare. A3. Integrarea unei acțiuni promoționale în politica de marketing. A4. Analizarea strategiilor de promovare.
2. Mixul promoțional		
UC.1.4. Identificarea avantajelor și dezavantajelor diferitor tehnici promoționale. UC.1.5. Analizarea factorilor care influențează compoziția mixului de promovare. UC.1.6. Distingerea diverselor metode de	2.1. Elaborarea mixului promoțional. 2.2. Tehnici promoționale. 2.3. Factorii care influențează stabilirea mixului promoțional. 2.4. Elaborarea bugetului promoțional	A5. Combinarea tehnicilor și instrumentelor promoționale. A6. Ilustrarea avantajelor și dezavantajelor diferitor tehnici promoționale. A7. Comentarea factorilor care influențează compoziția mix-ului promoțional. A8. Elaborarea bugetului promoțional.

elaborare a bugetului promoțional. UC.2.3 Aprecierea rolului publicității în promovarea imaginii întreprinderilor din industria ospitalității.		
3. Publicitatea. Publicitatea directă în industria ospitalității		
UC.1.2. Aprecierea importanței comuni-cării în activitatea promoțională. UC.2.1 Analizarea principiilor după care se realizează un mesaj publicitar. UC.2.2 Perceperea avantajelor și dezavantajelor diferitor media prin care publicitatea poate ajunge la publicul țintă. UC.2.3 Aprecierea rolului publicității în promovarea imaginii întreprinderilor din industria ospitalității. UC.2.4 Aprecierea și evaluarea instrumentelor specifice publicității directe.	3.1. Publicitatea - concept și realizare. 3.1.1 Stabilirea țintei activității publicitare. 3.1.2 Evaluarea obiectivelor publicității. 3.1.3 Elaborarea și realizarea campaniei publicitare. 3.2. Testarea eficienței mesajelor publicitare. 3.3. Instrumentele. Avantajele publicității directe. 3.4. Evaluarea impactului campaniei publicitare.	A9. Identificarea principiilor după care se va realiza un mesaj publicitar. A10. Selectarea tipului de mesaj publicitar. A11. Conceperea mesajelor publicitare.
4. Promovarea vânzărilor în industria ospitalității		
UC.1.2. Aprecierea importanței comuni-cării în activitatea promoțională. UC.3.1 Stabilirea criteriilor de promovare a vânzărilor. UC.3.2 Analizarea neajunsurilor promovării vânzărilor. UC.3.3 Analizarea eficienței tehnicilor de promovare în industria ospitalității.	4.1. Conținutul și obiectivele promovării vânzărilor. 4.2. Tehnici utilizate în promovarea vânzărilor 4.2.1 Tehnici de promovare care împing produsul spre consumator. 4.2.2 Tehnici de promovare care atrag consumatorul potențial spre produs. 4.3. Evaluarea eficienței tehnicilor de promovarea vânzărilor.	A12. Organizarea promovării vânzărilor în cadrul mixului de promovare. A13. Diversificarea obiectivelor promovării vânzărilor.

5. Relații publice în industria ospitalității		
UC.1.2. Aprecierea importanței comuni-cării în activitatea promoțională. UC.3.4 Aprecierea rolul marketingului relațiilor publice în industria ospitalității. UC.3.4 Identificarea corelației sponsorizării cu relațiile publice și alte tehnici promo-ționale utilizate în industria ospitalității.	1.1. Definirea conceptului de relații publice. 1.2. Sponsorizarea. 1.3. Evaluarea eficienței activităților de relații publice.	A14. Analiza mijloacelor de promovare a vânzărilor. A15. Aplicarea instrumentelor de promovare a vânzărilor.
6. Forțele de vânzare în industria ospitalității		
UC.1.2. Aprecierea importanței comuni-cării în activitatea promoțională. UC.3.6 Analizarea forțelor de vânzare în industria ospitalității. UC.3.7 Identificarea principalelor obiective ale forței de vânzare și strategiile care decurg din acestea. UC.3.8 Analizarea eficienței acțiunilor promoționale prin acțiunea forțelor de vânzare în industria ospitalității.	6.1. Organizarea activității forțelor de vânzare. 6.1.1 Stabilirea obiectivelor forțelor de vânzare. 6.1.2 Fixarea mărimii și structurii forțelor de vânzare. 6.2. Evaluarea eficienței acțiunilor promoționale realizate prin acțiunea forțelor de vânzare.	A16. Identificarea corelației sponsorizării cu relațiile publice și alte tehnici promoționale. A17. Deducerea domeniilor și dimensiunilor specifice sponsorizării. A18. Analizarea avantajelor și neajunsurilor vânzării personale. A19. Proiectarea, după metodele stabilite, a mărimii forței de vânzări. A20. Reorganizarea forței de vânzare.
7. Internetul – mediu de promovare a afacerilor din industria ospitalității		
UC.1.2. Aprecierea importanței comunicării în activitatea promoțională. UC.4.1 Analizarea canalelor de promovare online. UC.4.2 Identificarea rolului internetului în promovarea afacerilor din industria ospitalității.	7.1. Internetul - suport de desfășurare și promovare a afacerilor. 7.2. Canalele de promovare și beneficiile publicității online.	A21. Gestionarea instrumentelor online. A22. Crearea spoturilor publicitare și distribuirea lor în mediul online.

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Nr. crt.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiu individual
			Teorie	Practică	
1.	Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing în industria ospitalității	8	2	4	2
2.	Mixul promoțional	12	4	4	4
3.	Publicitatea. Publicitatea directă în industria ospitalității	10	4	2	4
4.	Promovarea vânzărilor în industria ospitalității	8	4	2	2
5.	Relații publice în industria ospitalității	10	2	4	4
6.	Forțele de vânzare în industria ospitalității	6	2	2	2
7.	Internetul – mediu de promovare a afacerilor din industria ospitalității	6	2	2	2
Total		60	20	20	20

VII. Studiu individual ghidat de profesor

Materiile pentru studiul individual	Produsele de elaborat	Modalitățile de evaluare	Termenii de realizare
1. Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing în industria ospitalității			
1. Implementarea strategiilor de promovare	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
2. Mixul promoțional			
1. Tehnicile promoționale	Raport	Prezentare	Săptămâna 2
2. Metode de stabilire a bugetului promoțional	Studiul de caz	Comunicare	Săptămâna 3
3. Publicitatea. Publicitatea directă în industria ospitalității			
1. Instrumentele publicității directe	Raport	Prezentarea produsului	Săptămâna 4
2. Crearea mesajului de publicitate directă	Studiul de caz		Săptămâna 5
3. Avantajele publicității directe	Proiect individual		Săptămâna 6
4. Promovarea vânzărilor în industria ospitalității			
1. Tehnici care urmăresc atragerea țintei către produs (merchandising, publicitatea la locul vânzării)	Referat	Corectitudinea interpretării produsului propus	Săptămâna 7
	Studiul de caz		Săptămâna 8
5. Relații publice în industria ospitalității			
1. Instrumente ale relațiilor publice (discursurile, marketingul prin viu grai, mijloacele de creare a identității vizuale)	Referat	Corectitudinea interpretării produsului propus.	Săptămâna 9
2. Sponsorizarea științifică, tehnică sau educativă	Studiul de caz	Prezentare	Săptămâna 10
3. Sponsorizarea cauzelor sociale, politice, umanitare	Proiect individual		Săptămâna 11
6. Forțele de vânzare în industria ospitalității			
1. Instrumente ale forței de vânzare	Proiect individual	Prezentare	Săptămâna 12
			Săptămâna 13
7. Internetul – mediu de promovare a afacerilor din industria ospitalității			
1. Metode și strategii de promovare online	Raport	Corectitudinea interpretării produsului propus.	Săptămâna 14
	Studiul de caz	Prezentare	Săptămâna 15
	Proiect individual		

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr.	Unitățile de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing în industria ospitalității	Elaborarea strategiei de promovare	4
2.	Mixul promoțional	Elaborarea bugetului promoțional	4
3.	Publicitatea. Publicitatea directă în industria ospitalității	Elaborarea planului de publicitate	2

4.	Promovarea vânzărilor în industria ospitalității	Elaborarea publicității la locul vânzării	2
5.	Relații publice în industria ospitalității	Identificarea rolului Relațiilor Publice în strategia promoțională. Proiectarea unei activități de PR	4
6.	Forțele de vânzare în industria ospitalității	Determinarea mărimii forței de vânzare	2
7.	Internetul – mediu de promovare a afacerilor din industria ospitalității	Analiza impactului rețelelor de socializare în promovarea entităților din domeniul ospitalității	2
Total			20

IX. Sugestii metodologice

În procesul studierii unității de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* se vor folosi cele mai eficiente tehnologii de predare - învățare – evaluare. Profesorul poate alege și aplica acele metode și tehnologii, forme și metode de organizare a activității elevilor, care sunt adecvate specialității, experienței de lucru, capacităților individuale ale elevilor și care asigură randament la formarea competențelor preconizate.

Strategiile de organizare a procesului de predare-învățare-evaluare vor fi aplicate adecvat specialității, contingentului de elevi, axându-se pe:

- ✓ generarea și susținerea motivației elevilor pentru învățarea continuă;
- ✓ descoperirea și stimularea aptitudinilor și intereselor elevilor;
- ✓ selectarea conținuturilor în baza obiectivelor preconizate și ținând cont de corelațiile transdisciplinare și interdisciplinare;
- ✓ dezvoltarea de capacități și atitudini în baza metodelor creative, activității în grupuri mici și prin învățare reciprocă;
- ✓ aplicarea unor varietăți de metode și tehnici, care să includă o cooperare efectivă între profesor și elev și să-l conducă la o autoapreciere corectă și la o sporire continuă a performanțelor.

Se recomandă atât activitatea individuală, cât și activitatea în grup, activitatea pe echipe pentru a dezvolta spiritul de cooperare, comunicare, necesar în formarea abilităților cheie prezentate în standardul de pregătire profesională.

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Activitățile de evaluare în cadrul unității de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* vor fi orientate spre motivarea elevilor și obținerea unui feedback continuu, fapt ce va permite corectarea operativă a procesului de învățare, stimularea autoevaluării și a evaluării reciproce, evidențierea succeselor, implementarea evaluării selective sau individuale. Pentru a eficientiza procesele de evaluare, înainte de a demara evaluările, cadrul didactic va aduce la cunoștința elevilor

tematica lucrărilor, modul de evaluare (bareme/grile/criterii de notare) și condițiile de realizare a fiecărei evaluări.

Evaluarea curentă/formativă a cunoștințelor elevilor. Pe parcursul semestrului se efectuează evaluarea intermediară a cunoștințelor teoretice, a abilităților și deprinderilor practice. În cadrul seminarelor și lecțiilor practice se va efectua evaluarea elevilor prin intermediul chestionării orale și în scris, studiilor de caz, conversației, expunerii rapoartelor, probelor practice.

Evaluarea sumativă va fi proiectată în așa mod, încât să asigure dovezi relevante pentru elevi, cadrele didactice și angajatori, privind achizițiile în termeni de cunoștințe și abilități în baza unor criterii definite explicit.

Evaluarea finală, care se realizează la încheierea perioadei de studiu a unității de curs se va efectua prin examenul oral/scris.

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

Nr. crt.	Produse pentru măsurarea competenței	Criterii de evaluare a produselor
1.	Harta noțională	- Organizarea corectă a informației despre subiectul solicitat - Corectitudinea logică și lingvistică a formulărilor - Originalitatea expunerii noțiunilor subiectului propus
2.	Problemă rezolvată	- Înțelegerea problemei - Documentarea în vederea identificării informațiilor necesare în rezolvarea problemei - Formularea și testarea ipotezelor - Stabilirea strategiei rezolutive - Prezentarea și interpretarea rezultatelor
3.	Argumentare orală	- Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere cu tezele puse în discuție - Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție
4.	Argumentare scrisă	- Corespunderea formulărilor temei - Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere cu tezele puse în discuție - Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție
5.	Proiect elaborat	- Validitatea proiectului – gradul în care acesta acoperă unitar și coerent, logic și argumentat tema propusă - Completitudinea proiectului – felul în care au fost evidențiate conexiunile și perspectivele interdisciplinare ale temei, competentele și abilitățile de ordin teoretic și practic, maniera în care acestea servesc conținutului științific - Elaborarea și structura proiectului – acuratețea, rigoarea și coerența demersului științific, logica și argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor - Calitatea materialului folosit în realizarea proiectului, bogăția și

		varietatea surselor de informare, relevanța și actualitatea acestora, semnificația datelor colectate
6.	Referat	- Corespunderea referatului temei - Profunzimea și completitudinea dezvoltării temei - Adecvarea la conținutul surselor primare - Coerența și logica expunerii - Utilizarea dovezilor din sursele consultate - Modul de structurare a lucrării - Analiza în detaliu a fiecărei surse de documentare
7.	Studiu de caz	- Corectitudinea interpretării studiului de caz propus - Corespunderea soluțiilor, ipotezelor cu rezolvarea adecvată a cazului analizat - Utilizarea limbajului de specialitate - Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate - Originalitatea formulării și realizării studiului de caz - Aprecierea critică - Rezolvarea corectă a problemei
8.	Test rezolvat	- Corectitudinea răspunsurilor în conformitate cu itemii și obiectivele sarcinilor - Scorurile însumate în corespundere cu baremul de corectare
9.	Schemă	- Redarea esenței subiectului în cauză - Relevanța elementelor grafice utilizate - Modul de amplasare a elementelor grafice - Corectitudinea reprezentării legăturilor (relațiilor) dintre elemente - Corectitudinea redării caracteristicilor relevante ale relațiilor între elementele grafice ale schemei
10.	Prezentare PPT	- Corectitudinea și logica expunerii materialului teoretic - Creativitatea expunerii - Utilizarea și redactarea corectă a desenelor, schemelor și tabelor - Răspunsul fluent - Designul slide-urilor

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studiu

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul unității de curs *S.08.O.027 Tehnici de promovare în industria ospitalității* trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev. Profesorul va asigura elevii cu material didactic.

Cerințe față de sălile de curs: Tablă sau proiector multimedia.

Cerințe față de atelierul de lucru: Câte un loc pentru fiecare elev, dotat cu:

- probleme, situații de caz , calculatoare;
- proiector, ecran;