

CUPRINS

MODULUL I – MARKETINGUL AFACERII

Competențe specifice modulului	4
Obiective urmărite	5
1. Rolul marketingului în activitatea agentului economic	6
1.1. Obiectivele și principiile marketingului	6
1.2. Funcțiile marketingului.....	7
1.3. Comunicarea eficientă cu consumatorii pentru satisfacerea nevoilor acestora.....	8
1.4. Termeni cheie	10
1.5. Probe de evaluare.....	10
1.5.1. Întrebări de control	10
1.5.2. Probleme	11
2. Determinarea nevoilor clienților	12
2.1. Investigarea nevoilor clienților	12
2.2. Metodele de cercetare a nevoilor clienților.....	13
2.2.1. Investigarea surselor statistice.....	13
2.2.2. Cercetarea directă.....	14
2.2.2.1. Forme ale cercetării directe.....	14
2.2.2.2. Etapele cercetării directe.....	21
2.2.3. Experimentul de marketing	23
2.3. Analiza și interpretarea datelor	23
2.4. Termeni cheie	26
2.5. Probe de evaluare.....	26
2.5.1. Întrebări și teme de control.....	26
2.5.2. Probleme	27
2.5.3. Studii de caz	27
3. Analiza oportunităților de marketing	28
3.1. Factorii externi ai agentului economic.....	28
3.1.1. Micromediul întreprinderii.....	29
3.1.1.1. Furnizorii	29
3.1.1.2. Clienții	29
3.1.1.3. Intermediarii.....	32
3.1.1.4. Prescriptorii.....	32
3.1.1.5. Concurența	33
3.1.2. Macromediul întreprinderii	34
3.1.2.1. Mediul demografic.....	34
3.1.2.2. Mediul economic	35
3.1.2.3. Mediul natural.....	36
3.1.2.4. Mediul tehnologic	37
3.1.2.5. Mediul politico-juridic	38
3.1.2.6. Mediul socio-cultural	38
3.2. Constrângeri asupra activității de marketing	39
3.3. Strategii de piață	40
3.3.1. Strategii de creștere intensivă.....	41
3.3.1.1. Strategia de dezvoltare a pieței	41
3.3.1.2. Strategia de penetrare a pieței	43

3.6.2. Probleme	124
3.6.3. Teme de discuții	124
3.6.4. Joc de rol	124
3.6.5. Studii de caz	124

MODULUL IV – ORGANIZAREA AGENȚIEI DE TURISM

Competențe specifice modulului	126
Obiective urmărite	127
1. Componentele structurii organizatorice ale agenției de turism	128
1.1. Postul de muncă.....	128
1.2. Categoriile de funcții	129
1.3. Tipurile de compartimente.....	130
1.4. Nivelurile ierarhice și ponderea ierarhică.....	131
1.5. Termeni cheie	132
1.6. Probe de evaluare.....	133
1.6.1. Întrebări de control.....	133
1.6.2. Probleme	134
1.6.3. Teme de discuții	135
1.6.4. Studii de caz	135
2. Structura tehnică a unei agenții de turism	136
2.1. Factorii care determină organizarea agenției de turism	136
2.1.1 Birourile importante ale agenției de turism și activitatea lor.....	139
2.2. Birouri opționale ale agenției de turism și activitatea lor	140
2.3. Relații între compartimente	141
2.4. Termeni cheie	144
2.5. Probe de evaluare.....	144
2.5.1. Întrebări de control.....	144
2.5.2. Probleme	145
2.5.3. Teme de discuții	145
2.5.4. Studii de caz	145
3. Instrumente de lucru ale managerului agenției de turism	146
3.1. Realizarea grafică a structurii organizatorice a agenției de turism	146
3.2. Fișa postului.....	148
3.3. Regulamentul de organizare și funcționare.....	150
3.4. Termeni cheie	150
3.5. Probe de evaluare.....	151
3.5.1. Întrebări de control.....	151
3.5.2. Probleme	151
3.5.3. Jocuri de rol.....	151
3.5.4. Studii de caz	151

MODULUL V – IGIENA, SECURITATEA MUNCII ȘI PROTECȚIA MUNCII

Competențe specifice modulului	154
Obiective urmărite	155
1. Legislație privind igiena și securitatea muncii	156
1.1. Prezentarea legislației privind igiena și securitatea muncii	156
1.2. Aplicarea normelor de igienă și securitate a muncii	157

3.4. Probe de evaluare.....	82
3.4.1. Întrebări de control.....	82
3.4.2. Probleme.....	83
MODULUL III – ORGANIZAREA RESURSELOR UMANE	
Competențe specifice modului	86
Obiective urmărite	87
1. Necesarul de resurse umane	88
1.1. Evaluarea locului de muncă.....	88
1.1.1. Proiectarea, analiza și evaluarea posturilor. Evaluarea locului de muncă.....	88
1.1.2. Conținutul postului.....	89
1.2. Metode de descriere a funcționalității posturilor.....	90
1.2.1. Analiza posturilor.....	91
1.2.2. Evaluarea posturilor.....	91
1.2.3. Metode de evaluare a locului de muncă.....	93
1.3. Analiza necesarului de personal.....	93
1.4. Identificarea profilului socio-profesional.....	98
1.5. Termeni cheie.....	99
1.6. Probe de evaluare.....	100
1.6.1. Întrebări de control.....	100
1.6.2. Probleme.....	100
1.6.3. Studii de caz.....	100
2. Recrutarea, selecția și încadrarea resurselor umane	101
2.1. Mediul de recrutare.....	101
2.2. Condițiile recrutării.....	102
2.2.1. Indicatori privind recrutarea.....	105
2.2.2. Legislația privind drepturile salariaților.....	106
2.3. Etapele selecției personalului.....	109
2.4. Termeni cheie.....	111
2.5. Probe de evaluare.....	112
2.5.1. Întrebări de control.....	112
2.5.2. Probleme.....	112
2.5.3. Joc de rol.....	112
3. Motivarea resurselor umane	113
3.1. Modalități de motivare a angajaților.....	113
3.2. Feedbackul performanței.....	115
3.3. Perfecționarea personalului.....	116
3.3.1. Căi de perfecționare a personalului.....	117
3.3.2. Încurajarea personalului.....	118
3.4. Tehnici de stimulare a creativității.....	119
3.4.1. Brainstorming-ul.....	121
3.4.2. Sinectica.....	122
3.4.3. Tehnica „Phillips 66”.....	122
3.4.4. Reuniunea Panel.....	122
3.4.5. Stimularea inițiativelor individuale.....	123
3.5. Termeni cheie.....	123
3.6. Probe de evaluare.....	123
3.6.1. Întrebări de control.....	123

3.3.1.3. Strategia de dezvoltare a produsului	44
3.3.1.4. Strategia de diversificare.....	45
3.3.2. Strategii de creștere prin integrare.....	45
3.3.3. Fundamentarea strategiei de piață	45
3.4. Termeni cheie	46
3.5. Probe de evaluare.....	47
3.5.1. Întrebări de control.....	47
3.5.2. Studiu de caz	47
3.5.3. Teme de discuții	48

MODULUL II – PLANIFICAREA OPERAȚIONALĂ

Competențe specifice modului	50
Obiective urmărite	50
1. Analiza structurii organizatorice a unității economice	52
1.1. Factorii de influență a tipurilor de structuri	52
1.1.1. Tipuri de structuri.....	53
1.1.1.1. Structura funcțională.....	54
1.1.1.2. Structura divizională	55
1.1.1.3. Structura de tip „holding”	55
1.1.1.4. Structura matricială.....	56
1.1.1.5. Structura hibridă.....	57
1.2. Poziția în structura organizatorică	57
1.2.1. Poziția în cadrul firmei	59
1.3. Relații în cadrul structurii organizatorice	59
1.3.1. Relațiile de autoritate	59
1.3.2. Relații de cooperare.....	60
1.3.3. Relații de control	60
1.3.4. Relații de reprezentare.....	60
1.4. Termeni cheie	61
1.5. Probe de evaluare.....	62
1.5.1. Întrebări de control.....	62
1.5.2. Probleme	62
1.5.3. Studiu de caz	63
2. Organizarea activității în funcție de obiective	64
2.1. Obiectivele activității.....	64
2.2. Stabilirea planului de realizare a activității.....	66
2.3. Analiza resurselor activității	68
2.4. Termeni cheie	70
2.5. Probe de evaluare.....	71
2.5.1. Întrebări de control	71
2.5.2. Probleme	72
2.5.3. Joc de rol	72
3. Evaluarea rezultatelor	73
3.1. Procesul de evaluare	73
3.1.1. Modalitățile de evaluare	75
3.1.2. Instrumente de evaluare a angajatului	76
3.1.3. Raportul de activitate	80
3.2. Măsuri de îmbunătățire a activităților desfășurate	80
3.3. Termeni cheie	82

3.1.2. Recomandarea serviciilor turistice	238
3.2. Determinarea prețului de vânzare a serviciilor turistice	240
3.2.1. Determinarea prețului unui produs turistic intern.....	241
3.2.2. Determinarea prețului unui produs turistic extern.....	243
3.2.3. Determinarea prețului pentru transport auto.....	245
3.3. Evaluarea satisfacției turistului.....	245
3.3.1. Sondajul de opinie.....	246
3.3.2. Fișierul clienților	247
3.3.3. Monitorizarea vânzărilor	248
3.4. Fișierul clienților	248
3.5. Termeni cheie	250
3.6. Probe de evaluare.....	250
3.6.1. Întrebări de control.....	250
3.6.2. Probleme	251
3.6.3. Teme de discuții	253
3.6.4. Joc de rol	253
3.6.5. Studii de caz	253
4. Colaborarea cu prestatorii de servicii turistice	254
4.1. Solicitarea informațiilor de la prestatori	254
4.2. Contractarea cu furnizorii.....	256
4.3. Promovarea serviciilor prestatorilor	257
4.3.1. Editarea de materiale publicitare.....	258
4.3.2. Realizarea de campanii publicitare.....	259
4.4. Termeni cheie	260
4.5. Probe de evaluare.....	260
4.5.1. Întrebări de control.....	260
4.5.2. Probleme	261
4.5.3. Teme de discuții	261
4.5.4. Studii de caz	261
Bibliografie	262

1.2.1.2. Segmentarea pieței turistice după criterii socio-demografice	194
1.2.1.3. Segmentarea după criterii psihosociale	195
1.2.1.4. Segmentarea după criteriul economic	196
1.2.1.5. Segmentarea după motivația călătoriei	196
1.2.2. Factori de influență a circulației turistice	196
1.2.3. Obiceiuri de călătorie ale clienților	198
1.3. Concurența pe piața turistică	202
1.3.1. Categoriile de concurenți	202
1.3.2. Analiza concurenței	203
1.3.2.1. Servicii oferite de concurență	203
1.3.2.2. Mijloace de promovare folosite de concurență	204
1.3.2.3. Tarifele practicate de concurenți	204
1.3.2.4. Canale de distribuție folosite de concurenți	205
1.4. Termeni cheie	205
1.5. Probe de evaluare	205
1.5.1. Întrebări de control	205
1.5.2. Probleme	207
1.5.3. Studii de caz	207
2. Vânzarea de bilete pentru transportul turistic	208
2.1. Mijloacele de transport turistic	208
2.1.1. Transportul aerian	209
2.1.2. Transportul rutier	210
2.1.3. Transportul feroviar	211
2.1.4. Transportul naval	212
2.1.5. Transporturi neconvenționale	214
2.1.6. Legături între forma de turism și forma de transport turistic	216
2.2. Activitatea de ticketing	217
2.2.1. Rezervare bilet avion	218
2.2.2. Biletul de identificare a bagajelor	220
2.2.3. Asigurarea de sănătate	221
2.2.4. Biletul de avion	222
2.3. Vânzarea de bilete pentru alte forme de transport turistic	224
2.3.1. Transport rutier	224
2.3.2. Transport feroviar	226
2.3.3. Transportul pe apă	227
2.4. Aranjamente turistice	228
2.4.1. Aranjamente turistice pentru transportul rutier	229
2.4.2. Aranjamente turistice pentru transportul feroviar	230
2.4.3. Aranjamente turistice pentru transportul aerian	231
2.5. Gestionarea biletelor de călătorie	232
2.6. Termeni cheie	233
2.7. Probe de evaluare	233
2.7.1. Întrebări de control	233
2.7.2. Probleme	234
2.7.3. Joc de rol	234
2.7.4. Studii de caz	234
3. Vânzarea de servicii turistice	235
3.1. Oferta de servicii turistice	235
3.1.1. Cunoașterea nevoii cumpărătorului	236

1.3. Verificarea funcționării sistemelor, dispozitivelor și a condițiilor de igienă și securitate a muncii	157
1.4. Termeni cheie	159
1.5. Probe de evaluare.....	160
1.5.1. Întrebări de control	160
1.5.2. Probleme	160
2. Măsuri de evitare a riscurilor privind igiena și securitatea muncii	161
2.1. Evitarea riscurilor la locul de muncă	161
2.2. Prevenirea factorilor de risc	161
2.2.1. Măsurile privind securitatea și sănătatea în muncă	163
2.3. Intervenții specifice în caz de accident	165
2.3.1. Măsuri de prim ajutor în caz de rănire	167
2.3.2. Măsuri de prim ajutor în caz de hemoragie	167
2.3.3. Măsuri de prim ajutor în caz de luxații și fracturi	168
2.3.4. Măsuri de prim ajutor în caz de răniri datorate pătrunderii corpurilor străine	168
2.3.5. Măsuri de prim ajutor în accidente electrice	168
2.3.6. Primul ajutor în accidente termice	170
2.3.7. Măsuri de prim ajutor în arsuri	170
2.3.8. Primul ajutor în caz de degerături	171
2.3.9. Primul ajutor în accidente chimice	171
2.3.10. Transportul accidentaților	172
2.4. Norme metodologice de cercetare a accidentelor de muncă	173
2.5. Termeni cheie	175
2.6. Probe de evaluare.....	175
2.6.1. Întrebări de control	175
2.6.2. Probleme	176
2.6.3. Joc de rol	176
3. Măsuri de protecție a mediului	177
3.1. Identificarea surselor poluante.....	177
3.2. Poluarea atmosferei, solului și apei. Măsuri de prevenire și combatere a efectelor acesteia	179
3.2.1. Poluarea apelor naturale	181
3.2.2. Poluarea solului	182
3.2.3. Poluarea aerului	184
3.3. Evaluarea activității echipei privind protecția mediului	184
3.4. Termeni cheie	186
3.5. Probe de evaluare.....	186
3.5.1. Întrebări de control	186
3.5.2. Probleme	186

MODULUL VI – OPERAȚIUNI TEHNICE ALE AGENȚIEI DE TURISM

Competențe specifice modulului	188
Obiective urmărite	189
1. Piața agenției de turism	190
1.1. Definiție și componente.....	190
1.2. Clienții agenției de turism.....	192
1.2.1. Segmentarea clientelei agenției de turism	192
1.2.1.1. Segmentarea pieței turistice după criterii geografice	194