

Caiet de practică

Clasa a XI-a

**TEHNICIAN ÎN
TURISM**

CAIET DE PRACTICĂ

CLASA a XI-a TEHNICIAN ÎN TURISM



Unități de practică:

LA TIENDA DEL VIAJE, VIAJES LAUXA

MODULUL: VI „Stagiu de pregătire practică în unitățile de turism”

Colectivul de elaborare:

Ștefania PETRESCU - coordonator

Simona LUPU

Camelia STOICA

Carmen MATEI

Ploiești, 2019

CUPRINS

Introducere în programul de formare/ instruire.....	4
Familiarizarea cu birourile unității turistice	5
Analizarea pieței turistice.....	6
Familiarizarea cu principalii concurenți ai agenției de turism gazdă.....	7
Familiarizarea cu oferta concurenților, utilizând diferite surse de informare	8
Familiarizarea cu aranjamentele turistice practicate în diferitele modalități de transport (rutier, feroviar, aerian, etc.).....	9
Familiarizarea cu etapele parcurse în rezervarea și emiterea biletelor de avion.	10
Familiarizarea cu documentele necesare la vânzarea unui bilet de avion.....	11
Familiarizarea cu modalitățile de determinare a prețului produselor turistice	12
Recomandarea apelării la un anumit tip de aranjament turistic.....	13
Familiarizarea cu tipurile de agenții de turism	15
Familiarizarea cu principalele categorii de parteneri ai unei agenții de turism	16
Familiarizarea cu tipurile de contracte utilizate în cadrul agenției de turism.....	18
Familiarizarea cu modalitățile de întocmire a corespondenței cu partenerii externi	19
Evaluarea finală.	21

Cunoștințe, abilități și atitudini ce vor fi achiziționate:

Cunoștințe referitoare la:

- Cunoașterea elementelor constitutive ale pieței turistice și particularităților acesteia
- Descrierea principalelor segmente de clientelă cu necesitățile și obiceiurile de consum
- Recunoașterea factorilor care influențează activitatea de turism
- Recunoașterea principalelor categorii de întreprinderi concurente de pe piață
- Descrierea principalelor forme de transport turistic
- Cunoașterea avantajelor oferite de fiecare modalitate de transport
- Înțelegerea particularităților transportului turistic aerian
- Descrierea principalelor tipuri de aranjamente turistice
- Recunoașterea principalelor categorii de produse turistice complexe comercializate în cadrul unei agenții de turism
- Cunoașterea algoritmului de calcul a prețului de vânzare al produselor turistice
- Caracterizarea principalelor tipuri de agenții de turism
- Cunoașterea principalelor categorii de parteneri ai unei agenții de turism
- Descrierea principalelor contracte utilizate în cadrul unei agenții de turism

Abilități de:

- Studiere a cererii turistice prin identificarea principalelor segmente de clientelă
- Studiere a preferințelor și obiceiurilor de călătorie ale principalelor segmente de clientelă
- Analizare a factorilor care influențează cererea turistică
- Aplicare a normelor de dezvoltare durabilă referitoare la protecția mediului și a resurselor turistice
- Analizare a ofertei concurenților utilizând diferite surse de informare
- Stabilire a variantei optime de călătorie pentru client respectând reglementările privind transporturile turistice europene
- Analizare a etapelor ce trebuie parcurse în rezervarea și emiterea unui bilet de avion
- Comunicare cu clienții privind destinațiile turistice, serviciile oferite și tarifele practicate oferind sugestii pentru apelarea la un anumit tip de aranjament turistic
- Determinare a prețului de vânzare a serviciilor turistice prin aplicarea principiilor și proceselor matematice de bază
- Stabilire a informațiilor necesare de la prestatori pentru întocmirea programelor turistice
- Redactare a corespondenței cu partenerii externi
- Stabilire a conținutului principalelor contracte încheiate de agenție cu furnizorii de servicii turistice

Atitudini privind:

- Asumarea responsabilității în stabilirea segmentelor de clientelă după obiceiurile de călătorie, respectând diversitatea expresiilor culturale
- Implicarea activă în analizarea documentelor necesare la vânzarea unui bilet de avion
- Asumarea inițiativei și responsabilității în stabilirea tipului de aranjament turistic ce poate fi recomandat turistului
- Implicarea activă în realizarea analizei de preț pentru un produs turistic pe care îl recomandă turiștilor
- Manifestarea rigurozității în redactarea lucrărilor de corespondență pentru colaborarea cu partenerii externi

Săptămâna I Studierea cererii turistice și a concurenței pe piață

Ziua 1

Introducere în programul de formare/ instruire. Tutorele de formare (formatorul) va prezenta unitatea turistică participanților, regulamentul intern și regulile de protecția muncii, activitățile specifice și proiectele în care organizația gazdă este implicată.

Evaluarea inițială a cunoștințelor, abilităților și atitudinilor se face printr-un test de evaluare și printr-o probă practică pe tema „Activitatea agenției de turism”.

În urma evaluării, elevii vor fi capabili: să prezinte elementele constitutive ale pieței turistice, să identifice principalele forme de transport turistic, să cunoască diferitele tipuri de produse turistice, să determine prețul unui produs turistic, să cunoască activitatea agențiilor de turism și a tour-operatorilor.

Documentare:

Instructajul privind protecția muncii a fost efectuat de

.....

Proba practică:

.....

Rezolvare:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Ziua 2

Familiarizarea cu birourile unității turistice. Tutorele de plasare (formatorul de plasare) va prezenta participanților birourile agenției de turism care oferă instruire practică.

Sub supravegherea tutorelui, participantul:

- va identifica și analiza birourile agenției de turism: birouri importante (secretariat, dezvoltare, transporturi, turism) și birouri opționale (trafic accesoriu, tarife și documentare, publicitate, difuzare și fișier general).
- va identifica activitățile specifice fiecărui birou
- va completa caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică

DOCUMENTARE:

Birourile importante ale agenției, ce au rol determinant în derularea activității de turism sunt: biroul secretariat, biroul turism, biroul dezvoltare, biroul transporturi.

Activități specifice birourilor de turism din cadrul agenției:

a) Biroul secretariat are următoarele sarcini:

- efectuarea lucrărilor de secretariat;
- înregistrarea corespondenței și repartizarea acesteia destinatarilor;
- instruirea și coordonarea curierilor și comisionarilor.

b) Biroul de turism: se ocupă cu:- elaborarea programelor de voiaj (formarea itinerariului, stabilirea costurilor, rezervarea anticipată a mijloacelor de transport sau a camerelor de hotel, efectuarea eventualelor plăți anticipate, întocmește și tipărește programul provizoriu al voiajului);

- corelarea ofertei de voiaj în grup cu cererea;
- voiajele colective cu caracter profesional și religios.
- organizarea serviciilor de primire și de acces.
- oferte turistice pentru străinătate : Grecia, Spania, Franța, Italia.

c) Biroul dezvoltare are ca obiectiv creșterea vânzărilor.

d) Biroul transporturi:

- stabilește tarifele de vânzare a biletelor și comisioanele agenției;
- întocmește registre de stoc de bilete, răspunde de gestionarea biletelor



Activități:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Ziua 3

Analizarea pieței turistice. Tutorele de plasare va prezenta tuturor participanților elementele constitutive ale pieței turistice locale, principalele segmente de clientelă ale agenției de turism, factorii care influențează cererea turistică din zonă.

Aflat sub supravegherea tutorilor de formare, participantul:

- analizează elementele constitutive ale pieței turistice locale
- identifică și studiază principalele segmente de clientelă
- determină formele de turism practicate în funcție de motivația turistică
- analizează factorii care influențează cererea turistică din zonă
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică.

DOCUMENTARE

Elemente constitutive ale pieței turistice:

- Ofertanții turistici - propriu-zisi și distribuitori
- Cererea de produse turistice
- Mediul economic național și internațional
- Concurenții
- Legislația în domeniul turismului
- Canalele de distribuție a produselor turistice
- Mijloacele de comunicare
- Mijloacele de transport

În vederea segmentării pieței turistice, se parcurg următoarele etape:

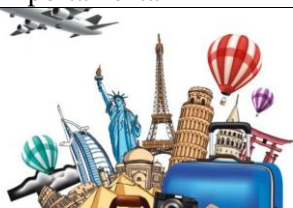
- alegerea criteriilor de segmentare
- efectuarea segmentării propriu-zise
- descrierea și evidențierea segmentelor
- selectarea segmentelor asupra cărora firma își orientează activitatea de marketing

Obiectivele urmărite prin segmentarea pieței sunt:

- cunoașterea nevoilor clienților
- fidelizarea clientelei
- înțelegerea concurenței
- alocarea și folosirea eficientă a resurselor de marketing

Cele mai întâlnite criterii de segmentare ale pieței turistice sunt:

- economic
- demografic
- psiho-social
- geografic
- comportamental



Activități.....

Ziua 4

Familiarizarea cu principalii concurenți ai agenției de turism gazdă. Tutorele de plasare va prezenta tuturor participanților firmele concurente ale agenției.

Sub supravegherea tutorilor de formare, participantul:

- identifică principalii concurenți ai agenției de turism
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică

DOCUMENTARE:

Concurența este considerată cea mai importantă pârghie a progresului economic și tehnico – științific. Satisfacerea intereselor proprii stimulează unitățile economice să realizeze noi progrese în timp ce nereușita le constrânge să facă progrese sub amenințarea eliminării sau pierderii pozițiilor pe care le-au avut pe piață.

Principalii concurenți ai unei agenții de turism sunt cei care au la activ aceeași experiență și oferte similare.

Strategia agenției în ceea ce privește eliminarea concurenței constă în reducerea costurilor prin încheierea contractelor direct cu hotelul furnizor și nu cu o agenție touroperatoare locală, crearea unei imagini pe piață, îmbunătățirea capacității de negociere cu furnizorii și clienții, oferirea în cadrul pachetelor turistice servicii de calitate .

Agenția trebuie să păstreze o legătură strânsă cu toți clienții săi având grijă ca aceștia să primească serviciile turistice pe care și le doresc și oferte noi, care să vină în întâmpinarea dorințelor și intereselor lor.



Activități.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Ziua 7

Familiarizarea cu etapele parcurse în rezervarea și emiterea biletelor de avion.
Tutorele de plasare va prezenta participanților etapele care se parcurg în activitățile de rezervare și emitere a biletelor de avion; va prezenta biletul electronic.

Sub supravegherea tutorelui de formare, participantul va îndeplini următoarele sarcini:

- parcurge etapele de rezervare a biletelor de avion;
- emite bilete de avion;
- analizează biletul electronic;
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică

DOCUMENTARE:

Vânzarea biletelor de avion presupune o serie de cunoștințe specific legate de : terminologia specifică, organismele implicate în organizarea transportului aerian, tipurile de călătorii.

O agenție de turism poate:

- să rezerve și să emită bilete de avion folosind GDS-urile;
- să efectueze doar rezervări de locuri, biletul urmând să fie emis de către o agenție acreditată IATA și trimisă pe email, pentru a fi încasat tot de către subagenți. Pentru aceasta, agenția de turism trebuie să încheie un contract cu o agenție IATA, devenind subagent, în schimbul unui comision.

Etapele rezervării și emiterii unui bilet de avion:

- solicitarea informațiilor necesare efectuării rezervării;
- accesarea sistemului de rezervări(parolă+user)
- afișarea disponibilităților
- alegerea variantei optime pentru client;
- întocmirea PNR -ului;
- intervalul de timp pentru care se reține rezervarea
- întocmirea măștii biletului ,și emiterea acestuia
- încasarea contravalorii și oferirea informațiilor utile

BILETUL ELECTRONIC- conține aceleași informații ca și biletul pe hârtie, numai că nu sunt tipărite pe biletul clasic, ci sunt stocate, în format electronic, pe un site web.

Prezintă o serie de avantaje: simplifică procedura de check-in, elimina problemele legate de furt, deteriorare sau uitarea acasă, permite modificarea detaliilor de zbor cu până la 30 minute înaintea orei de check-in.



Activități:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ziua 8

Familiarizarea cu documentele necesare la vânzarea unui bilet de avion. Tutorele de plasare va prezenta tuturor participanților documentele necesare la vânzarea unui bilet de avion.

Sub supravegherea tutorelui de formare, participantul va îndeplini următoarele sarcini:

- analizează documentele utile în momentul vânzării biletelor de avion;
- participă la completarea și utilizarea documentelor
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică

DOCUMENTARE:

Pentru procesarea rezervării clientul trebuie să introducă prenumele, numele de familie, datele de naștere ale pasagerilor exact ca în documentele de identitate și date de contact valide (adresa de email și telefon de contact). Datele de contact furnizate vor fi utilizate pentru comunicarea notificărilor de confirmare, înregistrare la zbor, alte informații importante despre zborurile rezervate. Agenției nu i se pot pretinde despăgubiri pentru necomunicarea acestor notificări, în cazul în care datele de contact sunt introduse eronat.

- Înainte de a efectua plata, clientul este obligat să verifice cu atenție datele itinerarului, data și luna zborului, și să se asigure ca biletul este pentru ruta și data dorită. Orele afișate sunt orele locale corespunzătoare fiecărei destinații.

-Rezervarea este confirmată și se emit codurile de confirmare după efectuarea plății prețului total al comenzii. Modalitățile de plată vor fi afișate pentru fiecare comandă în parte. Rezervările sunt gratuite, în caz de neefectuare a plății acestea se anulează automat.

- După efectuarea rezervării, pasagerul va primi de la Agenție documentele electronice de plată, numerele de confirmare ale operatorilor aerieni și informația referitoare la condiții, restricții și reguli aplicabile biletului de avion procurat.



Activități:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ziua 10

Recomandarea apelării la un anumit tip de aranjament turistic. Tutorele de plasare va prezenta participanților tipurile de aranjamente turistice ce pot fi oferite clienților și modalități concrete de recomandare a unui anumit tip de pachet turistic, în funcție de preferințele turiștilor.

Aflat sub supravegherea tutorilor de formare, participantul:

- analizează tipurile de aranjamente turistice din care pot selecta turiștii;
- stabilește tipul de aranjament turistic ce poate fi recomandat turistului;
- comunică cu turiștii privind destinațiile turistice, serviciile oferite și tarifele practicate oferind sugestii pentru apelarea la un anumit tip de aranjament turistic
- completează caietul de instruire practică, fișa individuală de muncă, fișa de evaluare săptămânală)

Documentare: Tipuri de turiști:

1. Turistul corporatist

Acest turist călătorește strict din interes de afaceri. El are nevoie de room service, prânz la o anumită oră, o conexiune stabilă la Internet via Wi-Fi, birou de lucru, adaptoare, gadget-uri ajutătoare.

2. Turistul aventurier

Acesta călătorește în scop de agrement. A venit aici pentru relaxare în timpul zilei, plimbări în aer liber, vizitarea anumitor atracții turistice, însă când se lasă seara, interesele sale în materie de distracție se întorc la 180 de grade.

3. Turistul educat

Scopul lui este să viziteze un loc specific, să afle mai multe despre istoria și cultura sa, iar tipul de turism care i se potrivește este turismul cultural.

4. Turistul romantic

Plimbări de mână în doi prin natură, cină romantică la lumina lumânărilor, declarații de dragoste în locuri special amenajate pentru celebrarea iubirii.

5. Turistul artist

El călătorește cu scopul de a descoperi opere de artă și artiști consacrați pentru capodoperele lor.

Atunci când vizitează muzee sau galerii de artă, se oprește îndelung asupra fiecărui exponat în parte și citește toate informațiile afișate referitoare la acesta.

6. Turistul dependent de adrenalină

Este mereu pe picior de plecare, nu obosește niciodată indiferent la câte activități ia parte și nu spune niciodată „Nu” unei noi experiențe palpitate.

7. Turistul solitar

Turistul solitar pornește în călătorii cu un singur obiectiv în minte: să iasă din zona de confort. Orice destinație turistică nouă este pe placul lui, deoarece o privește ca pe o provocare menită să-i dezvolte abilitățile de adaptare, de învățare despre noi popoare și culturi, de conectare la alte tipuri de mentalități.

8. Turistul care călătorește în grup sau cu familia

Acest tip de turist vrea să împărtășească plăcerea de a călători cu persoane dragi sau apropiate, nu se poate bucura pe deplin de o destinație turistică fără companie.

9. Turistul care prinde oferta

„Vânează”, în funcție de sezon sau perioada din an, reduceri la bilete de avion, vouchere de vacanță, oferte tentante făcute de agențiile de turism,

10. Turistul ocazional

Alege cu grijă destinația, cu multe luni înainte de concediu, hotărăște cu cine merge, cât timp vor sta, pe unde se vor plimba, ce vor mânca și ce alte activități vor încerca. Planifică bugetul cu atenție, astfel încât să-i ajungă pentru fiecare dintre acestea.

A doua evaluare constă în:

Proba 1 - informarea turiștilor în legătură cu avantajele oferite de fiecare modalitate de transport și în legătură cu aranjamentele turistice practicate în transportul rutier, feroviar, aerian, etc.;

Proba 2 – activități practice privind: stabilirea variantei optime de călătorie pentru turist, determinarea prețului produselor turistice, recomandarea apelării la un anumit tip de aranjament turist.

Activități:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Săptămâna III Colaborarea agenției de turism cu prestatorii de servicii turistice

Ziua 11

Familiarizarea cu tipurile de agenții de turism. Tutorele de plasare va prezenta participanților tipologia agențiilor de turism.

Sub îndrumarea tutorilor, participantul:

- analizează diferitele tipuri de agenții de turism;
- analizează particularitățile fiecărui tip de agenție;
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică

Documentare: Conform recomandărilor OMT, în țările Uniunii Europene există două tipuri de agenții de turism:

- a) detailiste, care comercializează pachete de servicii sau componente (cazare, alimentație, transport) în contul unei agenții tour-operator care are contract și, de asemenea, oferă informații asupra posibilităților de voiaj, cazare și asigurare a serviciilor suplimentare, informații despre tarife și condițiile de acordare a serviciilor;
- b) tour-operator care au ca obiect de activitate pregătirea și conceperea produselor turistice forfetare ce urmează a fi vândute ulterior prin propriile oficii sau prin intermediul agențiilor de turism detailiste.



Activități:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ziua 12

Familiarizarea cu principalele categorii de parteneri ai unei agenții de turism. Tutorele de plasare prezintă participanților diferitele categorii de parteneri cu care colaborează agenția de turism.

Sub îndrumarea tutorilor, participantul:

- identifică partenerii agenției de turism;
- analizează ofertele fiecărui partener;
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică.

Documentare:

Organizarea activității turistice se realizează de către diverși agenți economici din turism. Aceștia sunt persoane juridice, societăți comerciale cu capital de stat, privat, mixt, societăți familiale sau persoane fizice care prestează servicii specifice acestei activități: hoteluri, servirea mesei, transport, tratament balnear, servicii de agrement

1. Unitățile de cazare: Între formele de cazare comercială, hotelul este tipul de unitate operațională cel mai reprezentativ. Hotelul este, potrivit Alianței Internaționale de Turism, un stabiliment în care, cu condiția plății, voiajorii pot să se cazeze, precum și să se hrănească și să se distreze. Prin urmare, spațiile de alimentație și cele aferente altor prestații de "sub același acoperiș" fac parte integrantă din hotel.

Pentru a evidenția relația dintre o agenție și un hotel, se poate spune că, dacă un client îi solicită agenției de turism o rezervare într-un anumit hotel, ea va contacta un birou de rezervări, de unde comanda va fi transmisă la hotelul în cauză. Biroul de rezervări va fi contactat de către agenție prin intermediul unui sistem global de distribuție. Remunerarea agențiilor de turism, de către hoteluri, se face pe baza de comision.

2. Unități de transport - Definit din punct de vedere turistic, transportul reprezintă una din componentele de bază ale prestației turistice; el asigură deplasarea turistilor de la locul de reședință la cel de petrecere a vacanței, în cazul turismului de sejur, sau pe toată durata călătoriei, în cazul celui itinerant. În desfășurarea efectivă a traficului turistic se apelează la o gamă variată de mijloace de transport; astfel, după natura mijloacelor de transport folosite, se poate vorbi de transport aerian, feroviar, naval și rutier.

3. Băncile - Deși băncile nu intră în categoria prestatorilor din turism, mai nou, agențiile de turism pot fi considerate intermediare ale acestora. Astfel, pentru a atrage mai mulți clienți, băncile își vând acum produsele și prin agențiile de turism. Din dorința de a atrage clienți, agențiile de turism au început să recurgă la plata în rate. Dacă unele agenții oferă clienților posibilitatea de a achita contravaloarea excursiei în două sau trei tranșe înainte de plecare, altele au apelat la sistemul de rate oferit de bănci și au încheiat convenții cu acestea.

Activități:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Ziua 13

Familiarizarea cu tipurile de contracte utilizate în cadrul agenției de turism. Tutorele de plasare va prezenta tuturor participanților diferitele contracte pe care le utilizează agenția de turism gazdă.

Aflat sub supravegherea tutorilor de formare, participantul:

- identifică tipurile de contracte utilizate în turism;
- analizează contractele pe care le încheie agenția de turism gazdă cu diferiți parteneri: contracte de prestări servicii, contracte hoteliere;
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică.

Documentare: **Contracte utilizate de agenția de turism**

1. Contracte de prestari servicii = Contracte incheiate de agentia de turism cu furnizorii de servicii turistice. Contract de prestari servicii este si cel intre agentia de turism si client.

2. Contracte de colaborare = Contracte incheiate cu alte agentii revanzatoare, touroperatoare sau detailiste;

3. Contracte de comercializare a pachetelor turistice de servicii = Contracte incheiate intre agentie si turisti.



Activități:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ziua 14

Familiarizarea cu modalitățile de întocmire a corespondenței cu partenerii externi.
Tutorele de plasare va prezenta tuturor participanților moduri de completare și realizare a corespondenței cu partenerii agenției.

Aflat sub supravegherea tutorilor de formare, participantul:

- analizează modul de întocmire a corespondenței cu partenerii;
- desfășoară activități privind întocmirea corespondenței cu partenerii externi;
- manifestă rigurozitate în redactarea lucrărilor de corespondență pentru colaborarea cu partenerii externi;
- completează caietul de instruire practică și fișa individuală de muncă zilnică.

Documentare: Noțiunea de corespondență include forma scrisă pe care o iau relațiile dintre două sau mai multe persoane. În funcție de destinația scrisorilor, ele fac obiectul corespondenței oficiale sau private.

Corespondența oficială se poate clasifica după mai multe criterii:

- a) după criteriul de circumscriere .
- b) după domeniul de activitate.
- c) după scopul ei.
- d)după criteriul accesibilității.
- e)după inițiativa trimiterii scrisorii.
- f)după criteriul suportului.
- g)după modul de întocmire.
- h)după natura și destinația exemplarelor

Redactarea corectă a scrisorilor oficiale dă posibilitatea cunoașterii celorlalți și a autocunoașterii, fiind poarta de acces spre o comunicare eficientă. Comunicarea scrisă, ca și cea verbală, se supune unor reguli la fel de stricte: tot ceea ce este scris rămâne. Se impune, din această cauză, din partea celor care întocmesc corespondența cunoașterea și respectarea unor principii care stau la baza corespondenței:

- Promptitudinea răspunsurilor;
- Elaborarea corespondenței la costuri avantajoase;
- Stabilirea obiectivului;
- Adecvarea la nivelul ierarhic;
- Eficiență și credibilitate;
- Credibilitatea informațiilor transmise;
- Corectitudinea și aspectul plăcut;
- Efectul psihologic;
- Exprimarea pozitivă;
- Circulația corespondenței atât în interiorul unei instituții, cât și în afara ei, are o deosebită importanță pentru activitatea oricărei instituții.



Activități:

.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



Ziua 15

Evaluarea finală. Tutorele stagiului de formare va realiza evaluarea finală a participanților, care va consta în:

A) Proba practică:

- Studierea cererii turistice prin identificarea principalelor segmente de clientelă
- Analizarea factorilor care influențează cererea turistică
- Analizarea ofertei concurenților utilizând diferite surse de informare
- Stabilirea variantei optime de călătorie pentru client respectând reglementările privind transporturile turistice europene
- Comunicarea cu clienții privind destinațiile turistice, serviciile oferite și tarifele practicate oferind sugestii pentru apelarea la un anumit tip de aranjament turistic
- Determinarea prețului de vânzare a serviciilor turistice prin aplicarea principiilor și proceselor matematice de bază
- Redactarea corespondenței cu partenerii externi
- Stabilirea conținutului principalelor contracte încheiate de agenție cu furnizorii de servicii turistice

B) Examinare orală: Susținerea unui portofoliu care va cuprinde:

- fișele individuale de lucru,
- produse ale activității de formare: prezentarea birourilor agenției de turism, oferte ale concurenților, etapele de rezervare și emitere a biletelor de avion, lista documentelor necesare la vânzarea unui bilet de avion, materiale de informare turistică, recomandarea apelării la anumite aranjamente turistice etc.



Activități:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nume și prenume participant:

Clasa: a XI-a, liceu

Domeniul de formare profesională: Turism

CHESTIONAR DE AUTOEVALUARE

Săptămâna 1

1. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați înțeles sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

2. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați îndeplinit sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

3. Folosind același sistem, cum ați aprecia integrarea dumnevoastră la locul de stagiu?

1	2	3	4	5

4. Alege un calificativ, de la 1 -5, (1-minim, 5-maxim), pentru a aprecia calitatea produselor/ activităților realizate de către tine în această săptămână de formare profesională:

1	2	3	4	5

Nume și prenume participant:

Clasa: a XI- a

Domeniul de formare profesională: Turism

CHESTIONAR DE AUTOEVALUARE

Săptămâna 2

1. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați înțeles sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

2. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați îndeplinit sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

3. Folosind același sistem, cum ați aprecia integrarea dumnevoastră la locul de stagiu?

1	2	3	4	5

4. Alege un calificativ, de la 1 -5, (1-minim, 5-maxim), pentru a aprecia calitatea produselor/ activităților realizate de către tine în această săptămână de formare profesională:

1	2	3	4	5

Nume și prenume participant:

Clasa: a XI-a, liceu

Domeniul de formare profesională: Turism

CHESTIONAR DE AUTOEVALUARE

Săptămâna 3

1. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați înțeles sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

2. Pe o scară de la 1-5, (1-minim, 5-maxim), apreciați în ce măsură v-ați îndeplinit sarcinile de lucru primite din partea tutorelui, în această săptămână de stagiu:

1	2	3	4	5

3. Folosind același sistem, cum ați aprecia integrarea dumnevoastră la locul de stagiu?

1	2	3	4	5

4. Alege un calificativ, de la 1 -5, (1-minim, 5-maxim), pentru a aprecia calitatea produselor/ activităților realizate de către tine în această săptămână de formare profesională:

1	2	3	4	5



Prezentul caiet de instruire practică pentru elevi este realizat cu sprijinul financiar primit în cadrul programului Erasmus + 2019-1-RO01-KA102-061752 Formarea profesioniștilor în industria ospitalității”

Conținutul acestei publicații reprezintă responsabilitatea exclusivă a autorilor, Agenția Națională Erasmus din România (ANPCDEFP) și Comisia Europeană nu sunt responsabile pentru modul în care va fi folosit conținutul informației.

Echipa de proiect:

Coordonator :	<i>Ștefania PETRESCU</i>
Responsabil monitorizare:	<i>Simona LUPU</i>
Responsabil pregătire:	<i>Camelia STOICA</i>
Responsabil pregătire:	<i>Carmen MATEI</i>
Responsabil diseminare:	<i>Aurelia BANU</i>
Tehnoredactare:	<i>Cristina SÎRBU</i>