



Nr. 39 / 28.01. 2014

## Proba 1

### Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate (proba scrisă)

#### Tematică și bibliografie

Programul de studiu: **Economia comerțului, turismului și serviciilor la Sfântu Gheorghe (în limba română)** – nivel licență

Durata studiilor: 6 semestre

Forma de învățământ: cu frecvență

#### I. COMERȚUL CU RIDICATA

- 1.1. Conținutul și rolul economic al comerțului
- 1.2. Funcțiile comerțului cu ridicata
- 1.3. Tipologia activității comerciale cu ridicata

#### II. COMERȚUL CU AMĂNUNTUL

- 2.1. Conținutul, rolul economic și funcțiile comerțului cu amănuntul
- 2.2. Tipologia comerțului cu amănuntul

#### III. TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE TURISM ÎN CADRUL UNITĂȚILOR DE CAZARE

- 3.1. Organizarea activității unităților de cazare
  - 3.1.1. Organizarea serviciului front-office
  - 3.1.2. Organizarea serviciului de etaj
- 3.2. Indicatorii activității unităților de cazare
- 3.3. Stabilirea tarifelor serviciilor de cazare
- 3.4. Forme de comercializare a serviciilor de cazare
  - 3.4.1. Contractele dintre unitățile de cazare și agențiile de turism
  - 3.4.2. Contractul de reprezentare
  - 3.4.3. Contractul de time-share
- 3.5. Forme de exploatare a unităților de cazare
  - 3.5.1. Unitățile de cazare de tip exploatare individuală
  - 3.5.2. Lanțurile hoteliere voluntare
  - 3.5.3. Lanțurile hoteliere integrate
- 3.6. Sisteme de clasificare a unităților de cazare
  - 3.6.1. Sisteme de clasificare a unităților de cazare în lume
  - 3.6.2. Tipuri de unități de cazare din România
  - 3.6.3. Structura spațiilor de cazare din România
  - 3.6.4. Încadrarea pe categorii a unităților de cazare din România

#### **IV. TEHNICA OPERAȚIUNILOR AGENȚIILOR DE TURISM**

- 4.1. Distribuția serviciilor turistice
- 4.2. Avantajele oferite turiștilor de către agențiile de turism
- 4.3. Agențiile de turism – definiție și tipologie
- 4.4. Licența de turism
- 4.5. Brevetul de turism
- 4.6. Atestatul de ghid de turism
- 4.7. Agentul de turism
- 4.8. Principalele activități ale agențiilor de turism
  - 4.8.1. Activitatea de informare și consultanță
  - 4.8.2. Activitatea de producție
  - 4.8.3. Activitatea de vânzare
  - 4.8.4. Vânzarea biletelor de transport aerian (“ticketing”)

#### **V. PLANIFICAREA DE MARKETING ÎN TURISM**

- 5.1. Destinația turistică și planificarea de marketing
- 5.2. Etapele planificării de marketing în turism

#### **VI. POLITICI DE MARKETING ÎN SERVICII ȘI TURISM**

- 6.1. Politica de produs
  - 6.1.1. Conținutul conceptului
  - 6.1.2. Nivele ale ofertei
  - 6.1.3. Mărcile și diferențierea
  - 6.1.4. Calitatea serviciilor
  - 6.1.5. Inovarea și dezvoltarea unui nou serviciu
  - 6.1.6. Garanția
- 6.2. Politica de preț
  - 6.2.1. Conținutul politicii de preț
  - 6.2.2. Modalități de formare a prețurilor
- 6.3. Politica de distribuție
  - 6.3.1. Localizarea unităților prestatoare de servicii
  - 6.3.2. Canale de distribuție
- 6.4. Politica de comunicare
  - 6.4.1. Particularități ale promovării serviciilor
  - 6.4.2. Vânzarea personală
  - 6.4.3. Reclama de la gură la gură
- 6.5. Personalul
  - 6.5.1. Clasificarea personalului
  - 6.5.2. Conducerea și gestiunea personalului de contact
- 6.6. Procesele
  - 6.6.1. Ce sunt procesele
  - 6.6.2. Complexitate și divergență
  - 6.6.3. Surse de conflict
- 6.7. Dovezile fizice: mediul fizic, ambianța
- 6.8. Mix-ul de marketing și calitatea în turism

**Bibliografie I, II:**

1. Bințișan, P., Economia comerțului, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2006;
2. Patriche, D., Bazele comerțului, Editura Economică, București, 1999.

**Bibliografie III, IV:**

1. LUPU, Nicolae, Hotelul. Economie și management. Ediția a V-a, Editura ALL Beck, București, 2005;
2. MOISESCU, O. I., Tehnica operațiunilor de turism, Suport de curs, Cluj-Napoca, 2012-2013;
3. STĂNCIULESCU, Gabriela, Managementul operațiunilor de turism. Ediția a II-a, Editura CH Beck, București, 2005.

**Bibliografie V, VI:**

1. CHIȘ, AL., Marketing în turism, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006;
2. CHIȘ, AL., Marketing în turism, Suport de curs, Cluj-Napoca, 2013;
3. OLTEANU, V.: Marketingul serviciilor. București: Editura Uranus, 1999.
4. VORSZAK, A., s.a., Marketingul serviciilor, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006.

**Director Departament,**  
Lect. univ. dr. Laura OLTEANU

