

CUPRINS

<i>Prefață</i>	7
<i>Introducere</i>	9
I. Organizarea activității de turism. Considerații generale	13
I.1. Reglementarea activității de turism	13
I.2. Firma de turism	16
I.3. Agenții economici din turism	18
II. Organizarea și funcționarea agenției de turism	21
II.1. Definiții și tipologii	21
II.2. Înființarea agențiilor de turism	23
II.2.1. Licențierea agențiilor de turism	23
II.2.2. Brevetarea conducătorilor agențiilor de turism	31
II.2.3. Dotarea agenției de turism	37
II.3. Asigurarea turiștilor	38
II.4. Organizarea agenției de turism	39
II.4.1. Structura organizatorică	39
II.4.2. Personalul agenției de turism	41
II.4.3. Banca de date a agenției de turism	42
II.5. Activitățile agenției de turism	44
II.5.1. Vânzarea produselor turistice	44
II.5.2. Vânzarea de bilete de transport	45
II.5.3. Vânzarea serviciilor complementare	46
II.6. Asociații profesionale în turism	46
II.6.1. Asociații profesionale în turism în România	46
II.6.2. Organizații profesionale internaționale	52
II.6.3. Asociații internaționale neguvernamentale	53
III. Tour-operatorii pe piața turistică	56
III.1. Considerații generale	56
III.2. Funcțiile și riscurile tour-operatorului	57
III.3. Categoriile de tour-operatori	59
III.4. Strategii pentru vânzarea călătoriilor turistice	60
III.5. Firme tour-operatoare în turismul mondial	61
III.6. Tour-operatorii din România	90
III.6.1. J'info tours	91
IV. Actorii principali ai agenției de turism	98
IV.1. Directorul agenției de turism	98
IV.2. Agentul de turism	103
IV.3. Ghidul de turism	107
V. Comercializarea pachetelor de servicii turistice	111
V.1. Cadrul juridic. Definiții	111

V.2. Programe turistice și aranjamente turistice forfetare	112
V.3. Comercializarea pachetelor de servicii turistice	113
V.4. Promovarea și comercializarea produselor turistice	118
VI. Contracte în sfera comercializării produsului turistic	119
VI.1. Contract-cadru de comercializare a pachetelor de servicii turistice	119
VI.2. Contract de prestări de servicii turistice	124
VI.3. Rezervarea-vânzarea biletelor de avion	128
VI.4. Contractul de călătorie cu transport aerian	132
VI.5. Contractul de călătorie cu turistul pentru bilete de odihnă și tratament balnear	135
VI.6. Condiții generale pentru efectuarea unei călătorii turistice	137
VI.7. Contractul de turism internațional	141
VI.8. Contractul pentru prestațiile hoteliere	143
VI.9. Contractul de colaborare dintre agențiile de turism	145
VII. Instrumente de plată utilizate în turism	147
VII.1. Considerații generale	147
VII.2. Cecul	147
VII.3. Ordinul de plată	152
VII.4. Cărțile de plată (carduri)	154
VII.5. Bancnota	163
VIII. Documente specifice activității de turism	164
VIII.1. Voucherul	164
VIII.2. Documente specifice vacanțelor în stațiuni de odihnă și tratament	168
VIII.3. Documente necesare pentru derularea unei excursii interne	170
VIII.4. Brevetul de turism	172
VIII.5. Licența de turism	173
VIII.6. Certificatul de înmatriculare	173
IX. Aplicații practice	174
IX.1. Întocmirea și analiza de preț a unui bilet de odihnă – cură balneară sau de odihnă-recreere (model)	174
IX.1.1. Problemă. Rezolvare. Documente	174
IX.2. Programe turistice. Concept și analiza de preț	175
IX.2.1. Programe turistice în România (exemplificări)	177
IX.2.2. Analiza de preț a unui program turistic (model)	178
IX.3. Analiza de preț a unei excursii de turism intern (model)	180
IX.4. Contractarea serviciilor turistice de către o agenție de turism și prestatorii de servicii. Documente și analiză de preț (model)	181
<i>Bibliografie</i>	191
Anexe	
Legislație din domeniul activității de turism (Principalele acte normative)	193

© Editura Fundației *România de Măine*, 2008

Editură acreditată de Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului
prin Consiliul Național al Cercetării Științifice
din Învățământul Superior

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GLĂVAN, VASILE

Agenția de turism – tehnica operațiunilor de turism/Vasile
Glăvan, – București: Editura Fundației *România de Măine*, 2007
Bibliogr.

ISBN 978-973-163-008-3

338.48

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă
și prin orice mijloace tehnice, este strict interzisă și se pedepsește conform legii.

Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului
revine exclusiv autorului/autorilor.

Redactor: Octavian CHEȚAN
Tehnoredactor: Laurențiu Cozma TUDOSE
Coperta: Cornelia PRODAN

Bun de tipar: 31.01.2008; Coli de tipar: 15,50
Format: 16/70x100

Editura Fundației *România de Măine*
Bulevardul Timișoara, nr. 58, sector 6, București
Telefon, fax: (021)444 20 91; www.spiruharet.ro

REZUMAT

Agenția de turism organizează, oferă și vinde pachete de servicii turistice sau componente ale acestora.

Ea are un rol de mediator între consumatori (turiști) și prestatorii de servicii turistice și se implică în alcătuirea de produse, programe și aranjamente turistice și asigură un cadru organizator și operator de comercializare a acestora.

Activitatea unei agenții de turism, îndeosebi tour-operatoare, este destul de complexă: crearea, organizarea, informarea, promovarea și comercializarea produselor turistice și/sau pachetelor de servicii turistice.

Metodele și tehnicile sunt, de asemenea, variate și în concordanță permanentă cu practica internațională și cu mutațiile survenite în contextul globalizării turismului.

Cursul oferă date generale, conceptuale și practice privind înființarea, organizarea, funcționarea agențiilor de turism, precum și activitățile lor principale, actorii principali ai unei agenții de turism, experiența națională și internațională.

Fără a se constitui ca un manual de tehnică turistică, lucrarea prezintă și clarifică o serie de noțiuni economice și juridice utilizate în comercializarea și contractarea produselor/pachetelor de servicii turistice, proprii activităților agenției de turism.

Având în vedere scopul formativ, de creare a unor aptitudini și abilități practice ale viitorilor lucrători dintr-o agenție de turism, cursul prezintă, ca aplicații practice, operațiunile tehnice specifice domeniului.

Lucrarea de față apare din necesitatea de a oferi o pregătire „turistică” absolvenților geografici, care își vor găsi locul în turism ca întreprinzători, specialiști sau formatori sau care deja activează în acest domeniu.

Prin conținutul și alcătuirea sa, cursul se adresează învățământului universitar și liceal, geografic și economic, de servicii și turism, masteranzilor în domeniul turistic, managerilor și celor atrași de mirajul „turistic”.