EVALUARE- PRODUS TURISTIC

M4- Activitatea agenției de turism

Prof. ing. Vlonga Luminița

Liceul „ Ștefan Procopiu” Vaslui

Numele și prenumele elevului _____

Clasa _____

Data _____

Întrebări

1 Definiți produsul turistic și evidențiați componentele acestuia și rolul lor în conceperea produsului turistic.

2 Evidențiați etapele conceperii produsului turistic

3 Descrieți principalele categorii de produse turistice, oferite de o agenție de turism.

4 Precizați principalele caracteristici ale produsului turistic.

5 Prezentați sezonalitatea produsului turistic.

6 Evidențiați principalele canale de distribuție utilizate în turism.

Teste

1 Sejururile reprezintă:

a) excursie în circuit;

b) un pachet de servicii oferite în vederea petrecerii vacanței într-o stațiune;

c) un tur efectuat cu vaporul.

2 Asigurarea serviciilor se realizează prin:

a) culegerea diferitelor informații;

b) verificarea pe teren a condițiilor oferite de diferite unități de cazare, alimentație etc;

c) încheierea unor contracte, convenții.

3 Canalul de distribuție lung este cel în care între prestatorii direcți de servicii turistice și turist intervin:

a) agenția de turism touroperatoare;

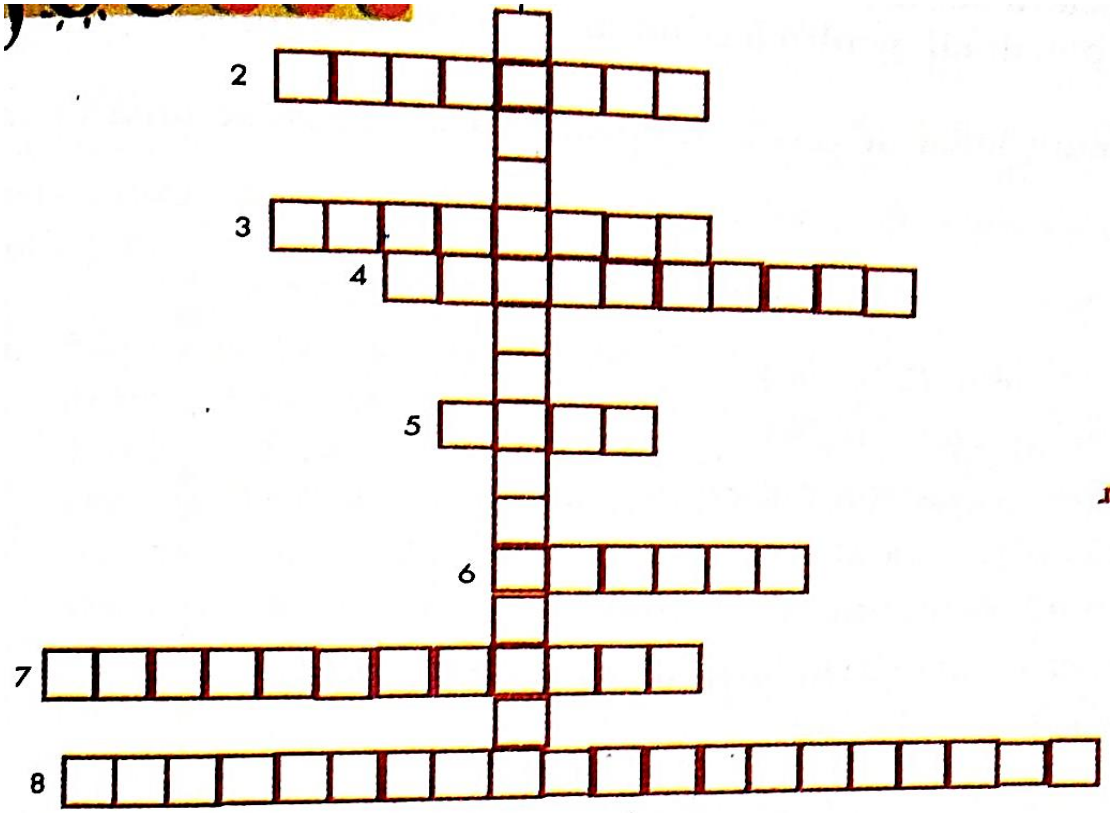
b) agenția de turism touroperatoare și agenția de turism detailistă;

c) agenția de turism din străinătate, o agenția de turism touroperatoare și o agenția de turism detailistă.

4 Stabiliți valoarea de adevăr a următoarelor afirmații:

- Produsul turistic este rezultatul combinării în variante multiple a resurselor naturale și antropice.
- Sejururile reprezintă un pachet de servicii oferit în cadrul unui hotel.
- Strategia tarifului ridicat poate fi practicată în cazul „ Programului de Dragobete”.
- Oscilațiile sezoniere ale cererii nu influențează producția produselor turistice pentru că ele se pot stoca și vinde în sezonul următor.

REBUS



1. ń reprezintă o formă de comercializare a ofertei turistice (pl.).
2. Produs turistic care presupune comercializarea unui pachet de vacanţă într-o staţiune turistică (pl.).
3. Produs turistic care constă în vizitarea unor obiective turistice existente pe un traseu.
4. Activitatea prin care se asigură vânzarea produsului turistic.
5. Tip de canal de distribuţie care presupune existenţa a doi intermediari (agenţia de turism tour-operatoare şi agenţia de turism detailistă).
6. Strategia tarifului... utilizată în cazul lansării unor produse noi pe piaţă.
7. Strategia tarifelor... tactica aplicării unor preţuri şi tarife care se diferenţiază după criterii temporale, natura ofertei, gradul de confort etc.
8. Activităţi prin care se urmăreşte stimularea (potenţarea) clienţilor sau intermediarilor.

Aplicatie

1. Ofertă de produs turistic **Cazare în Viena**

Culegeți informații privind:
Destinația - poziționare, climă, acces (km, mijloace și timp de transport, transfer), obiective turistice.
Caracteristicile produsului- perioada, durata, servicii incluse, prestatori, categorie de confort, tarif, etc.