Modul 4: Oferta agenției de turism,
Clasa a XII a,
Profil: Servicii, Calificarea profesională: Tehnician în turism

Test de evaluare sumativă

Prof. Burcă Carmen
Liceul Tehnologic nr.1,
C-lung Moldovenesc, Jud. Suceava

Pentru rezolvarea corectă a cerinţelor de la subiectul I, II şi III se acordă 90 de puncte. Din oficiu se acordă 10 puncte. Timp efectiv de lucru: 50 minute

Subiectul I 30 puncte

I.1 Încercuiţi pe foaie, litera corespunzătoare răspunsului corect pentru următoarele cerinţe: 10 puncte

1. Serviciile turistice au caracter:
   a. sezonier şi întâmplător;
   b. permanent şi tangibil;
   c. complex şi omogen;
   d. eterogen şi nestocabil.
2. Asigurarea serviciilor necesare derulării acţiunilor turistice se face prin:
   a. contractare;
   b. negociere;
   c. preluare;
   d. rezervare.
3. Între componentele produsului turistic se află:
   a. promovarea şi serviciile turistice;
   b. forţa de muncă şi agenţia detailistă;
   c. infrastructura şi resursele turistice;
   d. resursele turistice şi tour-operatorul.
4. În categoria factorilor de cură se includ:
   a.mineralizarea;
   b.aeroionizarea;
   c.nebulozitatea;
   d.precipitaţiile.
5. În funcţie de numărul serviciilor pe care le integrează, produsele turistice pot fi:
   a. forfetare, tip „staţiune”, tip „eveniment”;
   b. integrale, compuse şi simple;
   c. combinate şi all-inclusive;
   d. tematice şi compuse.

6. Toate acţiunile promoţionale trebuie să respecte principiul:
   a. DIANA;
   b. ALINA;
   c. DAIA;
   d. AIDA.
7. În funcţie de modalitataea de informare folosită, se poate vorbi de trei forme de publiciate:
   a. publicitatea în reviste, la televizor şi în presă;
   b. publicitatea directă, prin poştă şi publicitatea indirectă;
   c. publicitatea prin mass-media, publicitatea externă şi publicitatea directă;
   d. publicitatea extensivă, publitatea directă şi indirectă.
8. Ideea centrală a publicităţii în jurul căreia se construieşte mesajul este:
   a. sloganul;
   b. mediul de publicitate;
   c. axul promoţional;
   d. suportul publicitar.
9. Nestocabilitatea se referă la caracterul:
   a.motivaţiilor turistice;
   b.contractelor turistice;
   c.produselor turistice;
   d.normelor turistice.
10. Obiectivele turisitce cu caracter religios constituie motivaţia principală a următoarelor forme de turism:
   a. pelerinaje;
   b. agrement;
   c. ştiinţific;
   d. odihnă.

I.2 Stabiliţi valoarea de adevăr a următoarelor enunţuri: 10 puncte

1. Resursele instituţionale cuprind regimul paşapoartelor şi vizelor.
2. Produsul turistic nu este o formă de comercializare a ofertei turistice.
3.Accesul în zonele turistice este asigurat prin dezvoltarea infrastructurii.
4. Broşurile sunt mijloace de promovare a vânzărilor.
5. Infrastructura pune în valoare resursele naturale şi antropice ale unei zone turistice.

I.3 În coloana A sunt prezentate materialele promoţionale utilizate pentru promovarea turistică, iar în coloana B, caracteristici ale acestora. Asociaţi fiecărei cifre din coloana A, litera corespunzătoare din coloana B: 10 puncte

Materiale promoţionale	**Caracteristicile materialelor publicitare**	**Răspuns**
1. Panou publicitar	**a.** se folosesc, de obicei, pentru anunţarea unor evenimente şi au o viaţă scurtă, limitată în timp;	**1-**
2. Broşuri	**b.** se prezintă sub forma unei foi volante, imprimată pe ambele feţe, care se	**2-**

	pliază;	
3. Afişe	**c.** conţin mai multe pagini oferind mai multe detalii/informaţii despre oferta unei unităţi turistice;	**3-**
4. Fluturaşi	**d.** au dimensiuni mari şi sunt amplasate în zonele aglomerate ale oraşelor sau de-a lungul căilor de comunicaţie circulate.	**4-**
5. Pliant	**e.** informaţiile sunt imprimate pe hârtie sau pe folie sintetică, expusă public.	**5-**
	f. are rolul unui ghid pentru potenţialii clienţi;	

Subiectul II **25 puncte**

II.1 Răspundeţi la următoarele întrebări: **12 puncte**

1. Care sunt etapele de concepere a unui produs turistic?
2. Care sunt principalele categorii de produse turistice oferite de o agenţie de turism?
3. Enumeraţi caracteristicile produselor turistice.
4. Care sunt componentele produsului turistic?
5. Definiţi canalul de distribuţie.

II. Completaţi spaţiile libere din enunţurile de mai jos cu termenii corespunzători astfel încât enunţurile să fie corecte: **13 puncte**

1. Produsul turistic reprezintă totalitatea.....(1).....şi .....(2)..... oferite turiştilor de către una sau mai multe întreprinderi turistice (agenţii de turism sau prestatori direcţi – hoteluri sau restaurante, etc.) care satisfac .....(3).....de turism ale unei persoane între momentul plecării şi momentul sosirii în locul de plecare.
2. Selectarea componentelor produsului turistic se face în funcţie de categoria de .....(4).....şi de .....(5).....acestora.
3. Comercializarea produsului turistic se realizează prin două sisteme de distribuţie: distribuţia……(6)……şi distribuţia……(7)……
4. Publicitatea este o tehnică de .....(8)..... utilizată pentru a crea o .....(9).....favorabilă unui produs sau serviciu şi pentru a împinge potenţialul .....(10).....spre produs.
5. Relaţiile publice reprezintă un .....(11).....de .....(12).....desfăşurate de către firmele turistice, care au ca scop crearea şi .....(13).....unei imagini favorabile în legăturile cu colaboratorii sau cu publicul.

Subiectul III **35 puncte**

Realizaţi un eseu cu tema *„Promovarea produselor turistice”* evidenţiind următoarele aspect:

- Definirea promovării turistice; 2 puncte

- Enumerarea formelor de realizare a activităţii de promovare; 5 puncte
- Enumerarea componentelor unei acţiuni de promovare; 5 puncte
- Enumeraţi materialele publicitare utilizate de o agenţie de turism 5 puncte
- Prezentaţi câte 3 caracteristici pentru oricare trei materiale publicitare 18 puncte

Barem de corectare

- **Se acordă 10 puncte din oficiu.**
- **Se punctează oricare alte trei formulări de rezolvare corectă a cerinţelor.**
- **Nu se acordă punctaje intermediare, altele decât cele precizate explicit prin barem.**

Subiectul I **30 puncte**

I.1

1.d; 2a; 3c; 4b; 5b; 6d; 7c; 8c; 9c; 10a. **10 puncte**

*Se acordă câte **1 punct** pentru fiecare răspuns corect.*

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte.***

I.2

1. A; 2. F; 3. A; 4.F; 5. A. **10 puncte**

*Se acordă câte **2 puncte** pentru fiecare răspuns corect.*

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

I.3

1. – d; 2 – c; 3 – e; 4 – a; 5 – b: **10 puncte**

*Se acordă câte **2 puncte** pentru fiecare răspuns corect.*

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

Subiectul II **25 puncte**

II.1 **12 puncte**

1. Etapele conceperii produsului turistic: **3,5 puncte**

- culegerea informaţiilor despre piaţă, oferta concurenţilor;
- selectarea obiectivelor turistice, a serviciilor şi a unităţilor prestatoare;
- combinarea şi asamblarea componentelor produsului turistic;
- asigurarea serviciilor pe parcursul călătoriei;
- determinarea preţului produsului turistic;
- promovarea produsului turistic;
- lansarea pe piaţă a produsului turistic conceput.

*Pentru fiecare etapă identificată corect, se acordă câte **0,5 puncte**.*

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **3,5 puncte**.*

Pentru răspuns incomplet se acordă punctajul conform baremului.

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

*Pentru identificarea corectă a etapelor dar fără respectarea ordinii logice a derulării procesului, se acordă **2 puncte**.*

2. Principalele categorii de produse turistice oferite de o agenţie de turism sunt: **2 puncte**

a. Circuite;
b. Sejururi (pachete de vacanţă);
c. Croaziere;
d. Produse tematice (ex: vânătoare sportivă, congrese, etc.).

*Pentru fiecare categorie identificată corect, se acordă câte **0,5 puncte.***
*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **2 puncte**.*
Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.
*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

3. Caracteristicile produselor turistice: **2,5 puncte**

- Sunt eterogene;
- Sunt complexe;
- Sunt nestocabile;
- Au caracter sezonier;
- Se produc pe măsură ce se manifestă consumul.

*Pentru fiecare caracteristică identificată corect, se acordă câte **0,5 puncte.***
*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **2,5 puncte**.*
Pentru răspuns parţial sau parţial correct se acordă punctajul conform baremului.
*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

4. Elementele componente ale unui produs turistic sunt: **2,5 puncte**

- resursele turistice;
- infrastructura (baza materială);
- serviciile turistice;
- forţa de muncă din turism;
- resursele instituţionale.

*Pentru fiecare componentă identificată corect, se acordă câte **0,5 punct.***
*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **2,5 puncte**.*
Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.
*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

5. Canalul de distribuţie reprezintă lanţul de întreprinderi turistice (agenţii de turism) prin care produsul turistic ajunge la turist prin procesul de vânzare-cumpărare. **1,5 puncte**

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **1,5 puncte**.*
*Pentru răspuns incomplet se acordă **0,5 puncte**.*
*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

II.2 **13 puncte**

1 – bunurilor; 2 – serviciilor; 3- nevoile; 4 – consumatori; 5 – particularităţile; 6 – directă; 7- indirectă; 8 – marketing; 9 – imagine; 10 – cumpărător; 11 – ansamblu; 12 – acţiuni; 13 – menţinerea;

*Pentru fiecare termen corect identificat se acordă cate **1 punct**.*
*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte.***

Subiectul III **35 puncte**

1. Promovarea turistică reprezintă totalitatea activităţilor ce vizează informarea şi atragerea într-o măsură cât mai mare a potenţialilor clienţi către punctele de vânzare, în vederea satisfacerii nevoilor şi dorinţelor acestora.

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **2 puncte**.*

*Pentru răspuns incomplet se acordă **1 punct**.*

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

2. Activitatea de promovare în turism cunoaşte o mare varietate de forme de realizare:

1. Publicitatea;
2. Promovarea vânzărilor;
3. Relaţiile publice;
4. Târgurile şi expoziţiile;
5. Vânzările personale.

*Pentru fiecare formă enumerată corect, se acordă câte **1 punct.***

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **5 puncte**.*

Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

3. Componentele acţiunilor de promovare sunt:

- Mediul de publicitate
- Suportul publicitar
- Mesajul publicitar
- Axul promoţional
- Sloganul

*Pentru fiecare componentă enumerată corect, se acordă câte **1 punct.***

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **5 puncte**.*

Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

4. Materialele publicitare utilizate de o agenţie de turism sunt: fluturaşii publicitari (flyere), pliantele publicitare, broşurile, cataloagele, afişele (posterele).

*Pentru enumerarea corectă a fiecărui material publicitar, se acordă câte **1 punct.***

*Pentru răspuns complet şi corect se acordă **5 puncte**.*

Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.

*Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

5.

Fluturaşii publicitari (flyere

Caracteristici:

- Cuprind numai informaţii esenţiale, care sunt transmise într-un mod cât mai concis şi la obiect;
- Hârtia folosită la confecţionarea fluturaşului nu este de cea mai bună calitate, de obicei;
- Prezentarea grafică este inferioară calitativ, de aceea este necesară o argumentare puternică, care să creeze un impact asupra cititorului captându-i atenţia: reduceri de tarife, cadouri;
- Rolul lor este de a atrage potenţiali clieţi;

- Se folosesc, de obicei, pentru anunţarea unor evenimente şi au o viaţă scurtă, limitată în timp;
- Cel mai frecvent, dimensiunile acestora sunt A5, A6, A4 , forma lor variind în funcţie de creativitatea realizatorului;
- Sunt frecvent utilizaţi datorită costurilor reduse.

Pliantele publicitare

Caracteristici:

- Se prezintă sub forma unei foi volante, imprimată pe ambele feţe, care se pliază;
- Dimensiunile unui pliant sunt variate, cele mai uzuale fiind A4, A5, A6 pentru pliantul închis;
- Se utilizează o hârtie de bună calitate şi un design grafic atrăgător (impactul unui pliant asupra potenţialilor clienţi este direct proporţională cu aspectul său general).

Broşurile

Caracteristici:

- Reprezintă, de regulă, oferta la un moment dat a unei unităţi de turism, oferta specială a unităţii, reducerile de preţ, produsele noi;
- Au o paginaţie mai bogată decât pliantul, oferind mai multe detalii/informaţii despre oferta unităţii respective;
- Au o realizare grafică superioară pliantului şi un concept care permite o lectură atrăgătoare;

Cataloagele

Caracteristici:

- Au rolul unui ghid pentru clienţii potenţiali;
- Calitatea acestora trebuie să fie ireproşabilă, atât din punct de vedere al hârtiei tipografice utilizate, cât şi al aspectului, cromaticii şi graficii utilizate;
- În cazul hotelurilor, catalogul se foloseşte în special pentru promovarea lanţurilor hoteliere.

Afişele (posterele)

Caracteristici:

- Imaginea transmisă de un afiş trebuie să fie în primul rând vizuală (imagine, grafică) şi reprezentativă pentru produsul sau serviciul promovat, pentru că rolul acestora este de a încerca să imprime o idee în subconştient sau să o reamintească;
- Dimensiunile afişelor variază, cele indoor fiind de dimensiuni medii şi mici, iar cele outdoor de format mare; principalele dimensiuni ale afişelor sunt: A3, A2, A1, A0, S5, S7;
- Tipărirea se face pe o singură faţă, pe suport de carton dublu cretat, lucios sau mat, ori pe hârtie lucioasă sau mată, materialele folosite şi rezoluţiile de printare fiind diferite pentru afişele indoor şi outdoor.

*Pentru oricare trei caracteristici ale materialelor publicitare se acordă câte **2 puncte**.*

Pentru răspuns corect şi complet se acordă ***2 puncte x 3=6 puncte*** *pentru fiecare material publicitar*. ***(6 puncte x 3=18 puncte)***
Pentru răspuns parţial sau parţial corect se acordă punctajul conform baremului.
Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă ***0 puncte.***