

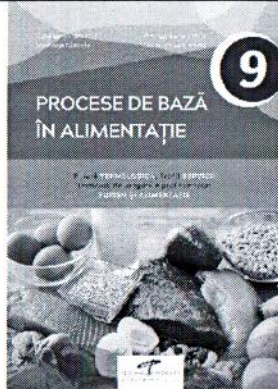

MODULUL - CONTINUTUL DISCIPLINEI si bibliografia EXAMENULUI DE DIFERENTE 2021

DOMENIUL TURISM SI ALIMENTATIE/ TEHNICIAN IN TURISM

CLASA A IX-A	MODUL 1. BAZELE CONTABILITĂȚII	<ol style="list-style-type: none"> 1. Delimitări conceptuale în contabilitatea entităților. <ol style="list-style-type: none"> a) Incursiune în istoria contabilității b) Sistemul contabil parte a sistemului informațional economic: o cadrul general de reglementare a contabilității în România o contabilitatea – verigă de bază a entităților (organizarea și sfera de acțiune a contabilității, tipuri de entități) o utilizatorii informației contabile 2. Evidența economică: <ol style="list-style-type: none"> a) definiție, importanță b) formele evidenței economice 3. Obiectul și metoda contabilității - comunicarea informațiilor contabile: <ol style="list-style-type: none"> a) definiția și trăsăturile obiectului contabilității b) categorii specifice obiectului de studiu al contabilității: active, capitaluri proprii, datorii (situația poziției financiare), venituri și cheltuieli (situația performanței financiare), ecuația fundamentală a contabilității c) definiția, trăsăturile și procedeele metodei contabilității d) principii contabile 4. Echipamente, softuri și documente. <ol style="list-style-type: none"> A. Echipamente specifice și programe informatice utilizate în activitatea financiară și contabilă B. Aparate de marcat electronice fiscale C. Documentele de evidență contabilă: <ol style="list-style-type: none"> a. noțiunea și importanța documentelor b. structura documentelor c. modelul, forma și formatul documentelor d. clasificarea documentelor e. întocmirea, verificarea și corectarea documentelor f. circuitul, păstrarea, și arhivarea documentelor g. completarea documentelor pentru principalele tranzacții economice. 	<p>Caraiani Chirata, Dumirana Mihaela, Bazele contabilității, Editia a III- a, Editura Universitară</p>
	MODUL 2. CALITATEA ÎN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calitatea produselor și a serviciilor <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definierea conceptul de "calitate" 	<p>Ștefania Mihai, Carmen Ionești, Aurelia Turcescu,</p>

	TURISM ȘI ALIMENTAȚIE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ipotezele calității ▪ Factorii ce determină și influențează calitatea produselor și a serviciilor - factorii principali și secundari - factori care influențează calitatea serviciilor turistice (hoteliere): calitatea facilităților, calitatea personalului, alte elemente de organizare ▪ Caracteristicile de calitate ale produselor ▪ Caracteristicile serviciilor - diferențele de bază între bunuri și servicii - caracteristici de calitate a serviciilor <p>2. Valoarea nutritivă a produselor alimentare</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Componentele valorii nutritive ▪ Calcularea valorii calorice a alimentelor <p>3. Caracteristicile organoleptice ale grupelor de mărfuri alimentare</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cerealele și produsele din cereale ▪ Legume și fructe. Produse rezultate din prelucrarea lor ▪ Carnea, subprodusele și produsele din carne ▪ Peștele, subprodusele din pește și alte produse marine ▪ Laptele și produsele lactate ▪ Condimente, stimulente și alte adaosuri <p>4. Verificarea calității produselor și serviciilor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificarea organoleptică a principalelor produse alimentare ▪ Modalități de apreciere a calității serviciilor <p>5. Marcarea, etichetarea și ambalarea produselor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Componentele și formele marcării- etichetării produselor ▪ Marcarea ecologică a produselor ▪ Funcțiile și clasificarea ambalajelor ▪ Metode de ambalare <p>6. Respectarea drepturilor consumatorilor conform legislației în vigoare</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Drepturile consumatorilor ▪ Sancțiuni pe tipuri de abateri pentru nerespectarea drepturilor consumatorilor 	<p>Florentina Coste, Valentina Capotă, Turism și alimentație, manual pentru clasa a IX-a, Editura CD PRESS, 2010.</p> <p>Tânțica Petre, Gabriela Iordache, Gabriela Simionescu ș.a., Studiul calității produselor și serviciilor, manual pentru clasa a X-a, Editura Niculescu, 2010</p> <p>http://www.tvet.ro/Anexe/4.Anexe/Aux_Phare/Aux_2006/Turism si alimentatie/</p>
	MODUL 3. STRUCTURI DE PRIMIRE TURISTICĂ	<p>1. Unități de cazare.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea unităților de cazare; - Caracteristicile unităților de cazare. <p>2. Baza tehnico-materială din unitățile de cazare.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementele bazei tehnico-materiale (mobilier, aparate, echipamente, instalații etc.); - Echipamente specifice (instalații termice, instalații climatizare, aspirator, mașini de spălat, uscătoare 	<p>Brumar Constanța și colab. (2010) – Alimentație publică, manual pentru clasa a X – a, București: Editura CD Press</p>

		<p>etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caracteristicile constructive și funcționale ale bazei tehnico-materiale din unitățile de cazare; - Tipuri de lucrări de întreținere a bazei tehnico-materiale din unitățile de cazare; - Materiale și ustensile pentru întreținerea bazei tehnicomateriale din unitățile de alimentație (detergenți, dezinfectanți, perii, găleți, mop etc.). <p>3. Unități de alimentație.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea unităților de alimentație; - Caracteristicile unităților de alimentație. <p>4. Baza tehnico-materială din unitățile de alimentație.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementele bazei tehnico-materiale (mobiliere, aparate, utilaje, echipamente, inventar textil, din porțelan, din sticlă, și ustensile specifice etc.); - Caracteristicile constructive și funcționale ale bazei tehnico-materiale din unitățile de alimentație; - Tipuri de lucrări de întreținere a bazei tehnico-materiale din unitățile de alimentație; - Materiale și ustensile pentru întreținerea bazei tehnicomateriale din unitățile de alimentație (detergenți, dezinfectanți, perii, găleți, mop etc.). <p>5. Compartimentele structurilor de primire.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compartimente ale unităților de cazare; - Compartimente ale unităților de alimentație; - Tipuri de relații stabilite între compartimente ale structurilor de primire; - Surse de informare specifice industriei turistice: literatură de specialitate, mijloace mass-media, filme documentare, site-uri specializate etc. <p>6. Activități fizice specifice unităților de turism și alimentație: transportul bagajelor și cărucioarelor, spălarea lenjeriei și a veselei, transportul preparatelor etc.</p> <p>Măsuri de reducere a solicitărilor fizice: economia mișcărilor, succesiunea logică a mișcărilor, dozarea efortului, raport optim efort-pauză, utilizarea corectă a utilajelor și echipamentelor etc.</p> <p>Măsuri de reducere a efortului ortostatic: dozarea efortului ortostatic, raționalizarea deplasărilor, înlăturarea deplasărilor inutile.</p> <p>Surse de zgomot: trântirea ușilor, conversație cu glas ridicat între clienți, între personal și clienți, programe muzicale artistice, manipularea necorespunzătoare a inventarului</p> <p>Elemente de microclimat optim: temperatură, iluminat, ventilație.</p>	
--	--	--	--

	<p>MODUL 4. PROCESE DE BAZĂ ÎN ALIMENTAȚIE</p>	<p>Dotări specifice spațiilor de producție culinară și de patiserie – cofetărie.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea dotărilor din spațiile de producție: utilaje, aparate, vase și ustensile. - Caracteristicile constructive și funcționale ale dotărilor din spațiile de producție. <p>Dotări specifice spațiilor de servire.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea dotărilor din spațiile de servire: mobilier, echipamente și obiecte de inventar necesare servirii consumatorilor. - Caracteristicile constructive și funcționale ale dotărilor din spațiile de servire. <p>Operații de ambientare a spațiilor de servire:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operații de curățenie curente; - Operații de aranjare a mobilierului din dotare și de completare a consolei cu obiecte de inventar necesare procesului de servire a consumatorilor. <p>Materii prime și auxiliare folosite în alimentație:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea materiilor prime și auxiliare folosite în alimentație; - Materii prime vegetale; - Materii prime animale; - Materii auxiliare. <p>Prelucrarea primară a materiilor prime și auxiliare în alimentație.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operații de prelucrare primară (sortarea, spălarea, dozarea, curățirea, tranșarea, porționarea, tăierea etc) – caracterizare, mod de realizare, condiții de lucru cu ustensilele și echipamentele specifice prelucrării primare a materiilor prime și auxiliare folosite în alimentație <p>Prelucrarea termică a materiilor prime și auxiliare în alimentație:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operații de prelucrare termică (opărire, fiere, sotare, prăjire, înăbușire, frigere, coacere) – caracterizare, mod de realizare, condiții de lucru cu ustensilele și echipamentele specifice prelucrării termice a materiilor prime și auxiliare folosite în alimentație 	
<p>CLASA A X-A</p>	<p>MODUL 1. ETICA SI COMUNICARE PROFESIONALA</p>	<p>Procesul comunicarii</p> <p>Ce este comunicarea Elementele procesului de comunicare Pozitionarea intr-o schema de comunicare Obiectivele comunicarii Funcțiile comunicarii Nivelurile comunicarii</p> <p>Formele de comunicare</p> <p>Comunicarea verbala Comunicarea nonverbala</p>	

	<p>Comunicarea scrisa Stabilirea formelor de comunicare indicate in diferite contexte</p> <p>Mijloace de comunicare Mass media Mijloace de comunicare orala Mijloace de comunicare scrisa Mijloace de comunicare vizuala Mijloace de comunicare audiovizuala Internet</p> <p>Comunicarea scrisa Caracteristicile mesajului scris Reguli de redactare a mesajului scris Formele comunicarii scrise (proces verbal, minuta, memoriu, referat, raport, dare de seama) Correspondenta comerciala (cerere de oferta, comanda) Raportul formal</p> <p>Comunicarea nonverbala Limbajul tacerii Limbajul timpului Limbajul corpului Gestica Tonalitatea vocii Aspectul fizic/prezenta personala Limbajul spatiului Limbajul culorilor</p> <p>Comunicarea eficienta Factori ce influenteaza comunicarea Tehnici de ascultare Ascultarea activa/pasiva Barierele comunicarii si indepartarea lor Conflicte si solutionarea lor</p> <p>Agenda electronica Importanta agendei electronice Colectarea, prelucrarea si folosirea informatiilor Validarea informatiilor oferite de agenda electronica Organizarea unei agende electronice</p>	
--	---	--

		<p>Utilizarea agendei electronice</p> <p>Administrarea corespondentei</p> <p>Reguli de monitorizare a corespondentei</p> <p>Proceduri specifice de recepție a corespondentei și aplicarea lor</p> <p>Înregistrarea datelor cu privire la corespondența primită</p> <p>Expedierea corespondentei prin poșta sau fax</p> <p>Etica profesională</p> <p>Relațiile interumane-climatul optim de muncă</p> <p>Condiții care facilitează activitatea umană: structura personalității, tipuri de temperament, psihologia grupurilor</p> <p>Imaginea personală</p> <p>Deontologia profesională</p> <p>Principii de etică profesională</p> <p>Norme etice la locul de muncă, norme de comportament</p> <p>Disciplina în muncă și secretul de serviciu</p>	
	<p>MODUL 2.</p> <p>CONTABILITATE</p> <p>GENERALĂ</p>	<p>Principiile contabile generale;</p> <p>Procedeele specifice metodei contabilității:</p> <p>a) Bilanțul contabil (situația poziției financiare)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiție, importanță, funcții, structură (active, capitaluri proprii și datorii) • Tipuri de modificări bilanțiere • Situația performanței financiare (cheltuieli, venituri, rezultate) <p>b) Contul – instrument de înregistrare, calcul și control</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiție, importanță, structură, formă • Planul de conturi general • Reguli de funcționare a conturilor • Dubla înregistrare și corespondența conturilor • Analiza contabilă • Formula și articolul contabil <p>c) Balanța de verificare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiție, importanță, funcții • Clasificarea bilanțelor de verificare • Întocmirea bilanțelor de verificare • Tipuri de erori relevate și nerelevate de bilanța de verificare <p>Prețurile mărfurilor: definiție, caracteristici, clasificare:</p>	<p>Caraiani Chirata, Dumitrana Mihaela – <i>Bazele contabilității</i> Ediția a III- a, Ed. Universitară</p> <p>Documente financiar- contabile, Ed.Monitorul Oficial, 2009</p>

		<p>a) Prețurile en gros b) Prețurile en detail c) Reducerile de preț</p> <p>Documente specifice operațiilor economice cu mărfuri:</p> <p>a. Notă de recepție b. Factură fiscală c. Chitanță d. Raport de gestiune zilnic e. Borderou de vânzare f. Aviz de însoțire a mărfii g. Registrul de casă h. Bon de predare primire transfer restituire i. Proces verbal de recepție j. Fișa de magazie</p>	
	<p>MODUL 3. PATRIMONIUL TURISTIC</p>	<p>Patrimoniul turistic – notiuni introductive</p> <ul style="list-style-type: none"> • conceptele de turism, turist, vizitator; • conceptele operationale ale patrimoniului turistic: potentialul turistic, oferta turistica, resursa turistica, spatiul turistic; <p>(utilizarea corecta a conceptelor, selectarea elementelor care fac parte din spatiu turistic, oferta turistica, potentialul turistic, atractiile turistice si resursele turistice, produsul turistic)</p> <ul style="list-style-type: none"> • oferta turistica a unei destinatii turistice: resurseturistice, infrastructura, baza manageriala generala si specifica, bunurile si serviciile destinate consumului turistic, forta de munca, conditiile de comercializare <p>Patrimoniul turistic natural</p> <ul style="list-style-type: none"> • definirea patrimoniului turistic natural; • elemente componente ale patrimoniului turistic natural: relief si geologie, clima, higrografie, vegetatie, fauna, rezervatii naturale; <p>Patrimoniul turistic antropoc</p> <ul style="list-style-type: none"> • definirea patrimoniului turistic antropoc; • elemente componente ale patrimoniului turistic antropoc: potentialul cultural istoric, potentialul tehnico-economic, potentialul socio-demografic; <p>(identificarea elementelor structurale ale patrimoniului turistic antropoc, asocierea diferitelor elemente de patrimoniu cu categoria de care apartine fiecare, selectarea elementelor de patrimoniu turistic antropoc dintr-o enumerare)</p>	<p>Turism si alimentatie. Manual pentru clasa a X-a. Filiera tehnologica, profil SERVICII: Domeniul de pregatire generala in TURISM STEFANIA MIHAI, CARMEN IONESTI, AURELIA TURCESCU, FLORENTINA COSTEA, VALENTINA CAPOTA</p>

<p>CLASA A XI-A</p>	<p>MODUL 1. ADMINISTRAREA FIRMEI</p>	<p>Întreprinderea veriga de bază a economiei:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▣ Trăsături caracteristice ale întreprinderii. ▣ Clasificarea întreprinderilor. ▣ Oportunități pentru activitățile personale, profesionale și/sau de afaceri. ▣ Oportunități de dezvoltare a întreprinderii determinate de patrimoniul cultural local, național, european și mondial. ▣ Etica în afaceri. <p>Procesul de înființare și funcționare al întreprinderii:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▣ Etapele înființării întreprinderii. ▣ Documente necesare înființării unei întreprinderi. ▣ Organizarea structurală a întreprinderii: <ul style="list-style-type: none"> - definire; - tipologia structurilor organizatorice; - tendințe contemporane în organizarea structurală a întreprinderii; - proiectarea și elaborarea structurii organizatorice; - factori de influență privind realizarea structurii organizatorice; ▣ Funcțiunile întreprinderii: <ul style="list-style-type: none"> - funcțiunea de cercetare-dezvoltare; - funcțiunea de producție; - funcțiunea de marketing; - funcțiunea comercializare; - funcțiunea financiar-contabilă; - funcțiunea de personal. ▣ Sistemul informațional la nivelul întreprinderii <ul style="list-style-type: none"> - definire; - componentele sistemului informațional; - fluxurile și circuitele informaționale la nivelul întreprinderii; <p>Managementul resurselor umane:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▣ selecția personalului; ▣ salarizarea personalului; ▣ categorii de personal; ▣ drepturi și obligații ale personalului; ▣ motivarea și evaluarea personalului; ▣ managementului carierei. <p>Procesul de planificare și evaluare în întreprindere:</p>	<p>Lefter, V., Manolescu, A., (1995), Managementul resurselor umane, Editura Didactică și Pedagogică, București.</p> <p>Manolescu, A., (2003), Managementul resurselor umane, Editura Economică, București.</p>
----------------------------	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> ▫ Procesului de planificare a activității. ▫ Procesului de evaluare a activității. ▫ Elemente specifice statisticii în activitatea economică: măsurile medii, indicii statistici și reprezentările grafice. ▫ Planul de afaceri – instrument al dezvoltării strategice. <p>Identitatea vizuală a întreprinderii:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Elemente specifice identității vizuale: antet, siglă, slogan, misiune, viziune etc. ▫ Modalități de promovare a identității vizuale la nivel de întreprindere 	
	<p>MODUL 2. MARKETING</p>	<p>Conceptul de marketing și evoluția acestuia</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Conceptul de marketing ▫ Apariția și dezvoltarea marketingului ▫ Etape în evoluția marketingului ▫ Domeniile de specializare a marketingului <p>Obiectivele marketingului:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Obiective economice: cifra de afaceri, cota de piață, profitul și rata profitului etc. ▫ Obiective psihologice: imaginea firmei, nivelul fidelizării clienților, gradul de satisfacție al clienței etc. <p>Funcțiile marketingului:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Investigarea pieței, a necesităților de consum ▫ Conectarea dinamică a întreprinderii la cerințele mediului său extern ▫ Satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum ▫ Maximizarea eficienței economice, a profitului <p>Piața și dimensiunile acesteia</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Definirea pieței și clasificări ▫ Determinarea indicatorilor ce caracterizează piața firmei: <ul style="list-style-type: none"> - dimensiunile pieței firmei: aria, structura și capacitatea pieței; - elasticitatea cererii de mărfuri <p>Concurența- componentă a pieței</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Definirea concurenților; concurenții direcți și indirecti ▫ Etapele analizei concurenței ▫ Analiza SWOT a firmei. <p>Cercetarea de marketing și nevoile clienților</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Definirea cercetărilor de marketing ▫ Tipologia cercetărilor de marketing ▫ Procesul cercetării de marketing: 	<p>Capotă V., Popa F., Ghinescu C. (2006), Marketingul afacerii, Filiera Tehnologică, profil Servicii, Editura Akademos Art, București.</p> <p>Ilie S., Tanislav C., Poștovei C., (2006), Marketingul afacerilor, manual pentru clasa a XI-a, Filiera Tehnologică, Editura Oscar Print , București.</p> <p>Ilie S., Tanislav C., Poștovei C., (2007), Mediul concurențial al afacerilor, manual pentru clasa a XII-a, Filiera tehnologică, Editura Oscar Print , București.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Etapele procesului cercetării de marketing - Tipuri de surse de informații - Principalele metode de culegere a informațiilor: investigarea surselor statistice; metodele de cercetare directă; experimentul și simularea fenomenelor de marketing ▫ Chestionarul: instrument de culegere a informațiilor Utilizarea scalelor în cercetările de marketing ▫ Tipuri de scale și metode de scalare Mediul de marketing al firmei ▫ Mediul intern de marketing al firmei ▫ Mediul extern al firmei: micromediul și macromediul Strategia de piață - nucleul politicii de marketing ▫ Definierea conceptelor de politică, strategie, tactică de marketing ▫ Fundamentarea strategiilor de piață 	
	MODUL 3. CONTABILITATE	<p>I. Conturile necesare evidențierii operațiilor economico-financiare</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Prezentarea planului general de conturi, identificând conturile necesare înregistrării operațiilor economico-financiare; ▫ Folosirea conturilor sintetice de gradul 1 și 2, funcționarea conturilor de activ și pasiv, în corelație cu operațiile desfășurate. <p>II. Înregistrarea operațiilor economico-financiare în contabilitate prin utilizarea analizei și formulelor contabile specifice.</p> <p>a. Contabilitatea capitalurilor proprii</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Operații privind constituirea, majorarea și diminuarea capitalului social; ▫ Operații privind rezultatul exercițiului financiar. <p>b. Contabilitatea imobilizărilor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Operații privind imobilizările necorporale; ▫ Operații privind amortizarea și imobilizările corporale. <p>c. Contabilitatea stocurilor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Operații privind stocurile de materii prime și materiale, materiale de natura obiectelor de inventar și produse; ▫ Operații privind stocurile de mărfuri. <p>d. Contabilitatea decontărilor cu terții</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ Decontări cu furnizori și clienți; ▫ Decontări cu personalul și cu bugetul de asigurări și protecție socială; ▫ Decontări cu bugetul statului; 	<p>Caraiani Chirata, Dumitrana Mihaela – <i>Bazele contabilității</i> Ediția a III- a, Ed. Universitară</p> <p>Documente financiar-contabile, Ed.Monitorul Oficial, 2009.</p>

		<p>o Impozitul pe profit; o Impozitul pe veniturile microentităților; o Taxa pe Valoarea Adăugată.</p> <p>e. Contabilitatea trezoreriei □ Operații privind decontările prin conturile bancare; □ Operații privind decontările în numerar; □ Instrumente de plată: Biletul la ordin, Cambia și CEC-ul.</p> <p>f. Contabilitatea cheltuielilor și veniturilor □ Operații privind cheltuielile; □ Operații privind veniturile.</p> <p>g. Completarea documentelor specifice operațiilor economico-financiare.</p> <p>III. Registrele contabile Prezentarea registrelor contabile obligatorii – registrul jurnal și registrul cartea mare; Completarea registrelor contabile.</p>	
	<p>MODUL 4. ACTIVITATEA AGENȚIEI DE TURISM</p>	<p>Piața turistică □ Elementele constitutive ale pieței turistice □ Studierea cererii turistice: - Identificarea principalelor segmente de clientelă (după criteriile economic, geografic, socio-profesional, motivația turistică etc.); - Formele de turism în funcție de motivația turistică. - Factori care influențează cererea turistică.</p> <p>Concurența pe piața turistică □ Principalii concurenți ai unei agenții de turism □ Analiza ofertei concurenților privind: serviciile oferite, mijloacele de promovare folosite, tarifele practicate, canalele de distribuție folosite.</p> <p>Principalele forme de transport turistic □ Reglementarea transporturilor turistice europene. □ Transportul rutier: descriere, avantajele și dezavantajele transportului rutier; aranjamente pentru transporturile rutiere; vânzarea biletelor de autocar pe liniile europene internaționale; închirierea autoturismelor. □ Transportul feroviar: descriere; avantajele și dezavantajele transportului feroviar; aranjamente pentru transporturile feroviare. □ Transportul aerian: descriere; avantajele și dezavantajele transportului aerian; cursele regulate tradiționale, cursele low-cost, cursele charter. - Vânzarea biletelor de avion (Ticketing);</p>	<p>Capotă Valentina, Organizarea agenției de turism, filiera tehnologică, profil servicii, calificarea profesională Tehnician în turism (clasa a 11-a), Editura CDPress, București, 2012</p> <p>Capotă Valentina, Ștefania Mihai, Carmen Ionești , TURISM. Manual pentru clasa a XI-a (liceu tehnologic, profil servicii), Editura CD PRESS, București, 2012</p> <p>Dincă Cristian, (coordonator), Manual clasa a XI-a pentru calificarea Tehnician în</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Aranjamentele turistice practicate în transportul aerian; - Rezervarea și emiterea biletelor de avion. Biletul electronic. ▣ Transportul naval. Produse turistice - analiză, recomandare pentru turiști - Tipologia produselor turistice; - Determinarea prețului unui produs turistic. Activitatea agențiilor de turism și tour-operatorilor ▣ Agențiile de turism: tipologia agențiilor de turism; caracterizarea principalelor tipuri de agenții de turism. ▣ Tour-operatorii și produsele lor: definire, caracteristicile tour-operatorilor; tipuri de tour-operatori; produsele tour-operatorilor. Colaborarea agenției de turism cu prestatorii de servicii turistice ▣ Principalele categorii de parteneri ai unei agenții de turism. ▣ Principalele contracte utilizate în cadrul unei agenții de turism: contracte de prestări servicii hoteliere/ de cazare; contracte de transport etc. ▣ Corespondența cu partenerii externi - Corespondența de afaceri dintr-o agenție de turism - Tipuri de scrisori comerciale: cererea de ofertă, oferta, comanda, reclamații 	<p><i>turism</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007.</p>
--	--	---