

PARTEA ÎNTÂI - TURISMUL, FENOMEN ECONOMIC ȘI SOCIAL

1. COORDONATE ISTORICE ȘI CONCEPTUALE	17
1.1. <i>Apariția turismului ca fenomen economic și social</i>	17
1.2. <i>Concepte folosite în industria turismului.</i> <i>Definiții uzuale</i>	18
2. FORMELE DE TURISM	29
2.1. <i>Criterii de clasificare și particularități ale formelor de turism</i>	29
2.2. <i>Câmpurile de interferență între diferitele forme de turism</i>	43
3. FACTORII DETERMINANȚI AI DEZVOLTĂRII TURISMULUI	45
3.1. <i>Factorii care determină evoluția turismului.</i> <i>Clasificarea lor</i>	45
3.2. <i>Motivația turistică</i>	52
4. LOCUL ȘI ROLUL TURISMULUI ÎN ECONOMIE	57
4.1. <i>Contribuția turismului la creșterea economică</i>	57
4.2. <i>Turismul internațional și comerțul mondial</i>	59
4.2.1. <i>Turismul internațional și comerțul invizibil</i>	59
4.2.2. <i>Influența turismului internațional asupra balanței comerțului invizibil și asupra balanței de plăți externe</i>	62
4.3. <i>Impactul economic al călătoriilor și turismului</i>	66
4.3.1. <i>Efectul multiplicator al turismului</i>	66
4.3.2. <i>Sistemul contului satelit al turismului (C.S.T.)</i>	72
4.3.3. <i>Indicatori de măsurare a aportului turismului la dezvoltarea economiei naționale</i>	76

4.4. Rolul turismului în intensificarea legăturilor dintre națiuni.....	77
4.5. Turismul, un instrument eficace pentru o dezvoltare durabilă .	80
5. METODOLOGIA DE MĂSURARE A VOLUMULUI ACTIVITĂȚILOR TURISTICE.....	82
5.1. Caracterul multiform al turismului	82
5.2. Preocupări pentru elaborarea unei metodologii statistice necesare măsurării volumului activității turistice	87
5.3. Sisteme statistice utilizate în industria turistică.....	92
6. ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA TURISMULUI	99
6.1. Organisme internaționale de turism	99
6.2. Rolul statului în turism.....	100
6.3. Organizarea și coordonarea activităților turistice	103
6.4. Agențiile de turism, veriga de bază a instituțiilor care activează în industria călătoriilor și turismului	107
6.5. Începuturile organizării mișcării turistice în România.....	113
6.5.1. Apariția primelor asociații de turism	113
6.5.2. Instituționalizarea organizării și coordonării turismului.....	118
6.6. Ministerul Turismului.....	120
6.7. Asociațiile profesionale de turism din România	128
 <u>PARTEA A DOUA - PIAȚA TURISTICĂ ȘI MARKETINGUL ÎN TURISM</u>	
7. PARTICULARITĂȚILE ȘI STRUCTURA PIEȚEI TURISTICE.....	135
7.1. Coordonate conceptuale.....	135
7.2. Acțiuni practice impuse de piața turistică.....	140
8. CEREREA TURISTICĂ	145
8.1 Conținut și structură.....	145
8.2. Tipologii de cerere turistică	147
8.2.1. Cererea pentru formele turismului de lux.....	148
8.2.2. Turismul activ	149
8.2.3. Turismul celor "pasivi"	149

8.3. Componente generatoare de cerere turistică	150
8.4. Circulația turistică pe plan intern și internațional.....	157
8.4.1. Evoluții pe plan mondial	157
8.4.2. Turismul internațional al zonei Europa.....	160
8.4.2.1. Turismul internațional al subzonei Europa Centrală și de Est.....	161
8.4.2.2. Turismul internațional al unor țări europene	163
8.4.2.3. Turismul internațional al României	163
9. OFERTA TURISTICĂ	167
9.1. Caracterizare conceptuală	167
9.2. Resursele turistice – naturale și antropice – ale României.....	168
10. BAZA MATERIALĂ A TURISMULUI	177
10.1. Caracteristici și structură.....	177
10.1.1. Baza materială – polarizatoarea fluxurilor turistice.....	177
10.1.2. Facilitățile turistice.....	178
10.2. Criteriile de clasificare a unităților cu activitate de cazare și alimentație pentru turism.....	182
11. FORȚA DE MUNCĂ ÎN TURISM	191
11.1. Turismul, mobilizator al forței de muncă	191
11.2. Caracteristicile profesiunilor din turism	192
11.3. Calitatea serviciilor turistice și a personalului în turism	195
11.4. Indicatorii ocupării forței de muncă în turism	196
11.5. Evoluția și structura forței de muncă în turismul României ..	198
12. INTRODUCERE ÎN MARKETINGUL TURISTIC	202
12.1. Conceptul de marketing turistic.....	202
12.2. Utilizarea marketingului în turism.....	205
12.2.1. Mixul de marketing turistic.....	205
12.2.2. Instrumentarul tradițional de marketing mix.....	207
12.2.3. Sistemul celor șapte variabile de marketing turistic	211
12.2.4. Alte variabile adiționale de marketing	213
12.2.5. Politica produsului turistic.....	215
12.2.6. Politica de prețuri și tarife.....	222
12.2.7. Politica de distribuție (comercializare)	225

12.2.8. Politica de promovare a produsului turistic	228
12.3. <i>Componentele și etapele unui program de marketing</i>	230

PARTEA A TREIA - SERVICIILE TURISTICE

13. SFERA SERVICIILOR ÎN ECONOMIA NAȚIONALĂ	237
13.1. <i>Trăsături și tendințe</i>	237
13.2. <i>Locul industriei serviciilor în sectorul terțiar</i>	239
13.3. <i>Rolul serviciilor în dezvoltarea economică a societăților</i>	241
13.4. <i>Funcțiile serviciilor</i>	244
13.5. <i>Cererea de mărfuri și cererea de servicii</i>	246
14. TURISMUL, ACTIVITATE SPECIFICĂ DE SERVICII	249
14.1. <i>Particularități și caracteristici ale serviciilor turistice</i>	249
14.2. <i>Clasificarea serviciilor turistice</i>	253
14.3. <i>Serviciile turistice din punctul de vedere al caracterului prestațiilor</i>	263
15. TRANSPORTURILE TURISTICE	269
15.1. <i>Rolul și importanța transporturilor turistice</i>	269
15.1.1. <i>Rolul și importanța transporturilor în economia națională</i>	269
15.1.2. <i>Transporturile – element constitutiv și factor determinant al dezvoltării turismului</i>	270
15.1.3. <i>Tendențele dezvoltării transporturilor de călători</i>	274
15.2. <i>Transporturile turistice rutiere</i>	278
15.2.1. <i>Importanța și perspectivele transporturilor turistice rutiere</i>	278
15.2.2. <i>Infrastructura tehnică a transporturilor turistice rutiere</i>	279
15.2.3. <i>Trenduri în dezvoltarea turismului automobilistic</i>	281
15.3. <i>Transporturile turistice aeriene</i>	282
15.3.1. <i>Dezvoltarea transporturilor turistice aeriene</i>	282
15.3.2. <i>Forme de prestații folosite în traficul turistic aerian</i>	285

15.4. Transporturile turistice feroviare	290
15.5. Transporturile turistice navale (maritime și fluviale)	294
16. SERVICIILE HOTELIERE	295
16.1. Capacitățile de cazare în industria hotelieră, conținut și clasificare	295
16.2. Funcțiile hotelurilor	298
16.3. Piața serviciilor hoteliere	299
17. SERVICIILE PRESTATE ÎN UNITĂȚILE DE ALIMENTAȚIE	309
17.1. Conținutul și structura activității de alimentație	309
17.2. Tipuri de unități de alimentație	310
17.3. Ospitalitatea – obiectiv major al unităților de alimentație	315
18. SERVICIILE DE AGREMENT ÎN INDUSTRIA TURISTICĂ	321
18.1. Mutațiile în consumul turistic și orientarea cererii spre formulele de vacanțe active	321
18.2. Conceptul de animație turistică	323
18.3. Clasificarea serviciilor de agrement	328
19. SEZONALITATEA SERVICIILOR TURISTICE	333
19.1. Variațiile sezoniere ale fenomenului turistic	333
19.2. Ciclurile de sezonality în activitatea turistică	335
19.3. Implicațiile sezonality și posibilitățile de diminuare a efectelor lor economice în industria turistică	338
 <u>PARTEA A PATRA - MANAGEMENTUL ÎN TURISM</u>	
20. MANAGEMENTUL TURISMULUI TRATAT CA SISTEM	345
20.1. Introducere în știința conducerii	345
20.2. Caracteristicile sistemului	348
20.3. Avantajele tratării ca sistem a activității turistice	351
21. PLANIFICAREA – COMPONENTĂ MAJORĂ A FUNCȚIILOR MANAGERIALE ÎN TURISM	354
21.1. Natura planurilor în activitățile de turism	354

21.2. Fazele planificării	357
21.3. Tehnici de urmărire a desfășurării programelor turistice	359
22. ELABORAREA STRATEGIEI SERVICIILOR TURISTICE	364
22.1. Planurile strategice – instrumente utile de lucru pentru modelarea serviciilor turistice	364
22.2. Diversificarea serviciilor, componentă a planurilor strategice ale agențiilor de turism	369
23. RELAȚIILE MANAGER – SUBORDONAȚI ÎN ÎNȚEPRINDERILE TURISTICE	375
23.1. Funcțiile manageriale de conducere operativă	375
23.2. Modele comportamentale ale personalului întreprinderilor de turism	377
23.3. Creativitatea și inovativitatea în întreprinderile turistice	385
23.3.1. Necesitatea creativității în întreprinderile turistice	385
23.3.2. Procesul de creativitate	385
23.3.3. Tehnici de stimulare a creativității	386
23.3.4. Rolul managerului în monitorizarea creativității	388
23.3.5. Rolul managerului în armonizarea obiectivelor în relațiile conducători-subordonați	389
24. GESTIUNEA CALITĂȚII SERVICIILOR	390
24.1. Criteriile de apreciere a serviciilor	390
24.2. Tendința constantă spre un surplus de calitate	396
24.3. Managementul resurselor umane	397
25. ASPECTE LEGISLATIVE PRIVIND TURISMUL ROMÂNESC	399
25.1. Reglementări generale și specifice	399
25.2. Raporturile juridice în activitățile de turism	401
25.2.1. Contractul de turism	401
25.2.2. Protecția și securitatea turistului	406
26. AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI	408
26.1. Semnificațiile și rolul conceptului de amenajare turistică	409
26.2. Metodologia amenajării turistice a teritoriului	410

26.2.1. Strategii de amenajare turistică	410
26.2.2. Tipologia și caracteristicile amenajărilor turistice.....	413
26.2.3. Selecția și delimitarea teritoriului	416
26.2.4. Principii de amenajare turistică	420
26.3. <i>Modele de amenajare turistică</i>	421
26.4. <i>Particularități în amenajarea turistică a zonelor periurbane</i>	426
27. TURISMUL ȘI MEDIUL	430
27.1. <i>Protecția și conservarea mediului, necesitate obiectivă a dezvoltării turismului</i>	430
27.2. <i>Aspecte ale degradării mediului prin turism</i>	431
27.3. <i>Conceptul de dezvoltare durabilă în turism</i>	434
27.4. <i>Indicatorii capacităților de suport pentru turism</i>	436
27.5. <i>Principalele acțiuni de protecție și conservare a mediului și a potențialului turistic</i>	438
28. EFICIENȚA ECONOMICĂ ȘI SOCIALĂ A ACTIVITĂȚII DE TURISM	441
28.1. <i>Conceptul de eficiență</i>	441
28.2. <i>Sistemul de indicatori ai eficienței economice în turism</i>	442
28.2.1. Indicatori generali	446
28.2.2. Indicatori ai eficienței activității de cazare	449
28.2.3. Indicatori ai eficienței activității de alimentație	456
28.2.4. Indicatori ai eficienței transporturilor turistice.....	458
28.2.5. Indicatori de evaluare și analiză a eficienței economice a investițiilor în turism	460
28.3. <i>Căi de creștere a eficienței economice în turism</i>	467
28.4. <i>Eficiența socială a activității de turism</i>	468
28.4.1. Considerații generale privind eficiența socială a turismului.....	468
28.4.2. Forme de evaluare și cuantificare a eficienței sociale a turismului.....	469
28.4.3. Eficiența social-economică a turismului balnear	472

PARTEA A CINCEA - TENDINȚE ÎN EVOLUȚIA TURISMULUI

29. PRINCIPALII FACTORI DETERMINANȚI AI DEZVOLTĂRII ÎN VIITOR A INDUSTRIEI CĂLĂTORIILOR ȘI TURISMULUI	479
29.1. <i>Factorii exogeni</i>	479
29.1.1. Dezvoltarea economică și aspectele financiare ce vor rezulta din această dezvoltare.....	480
29.1.2. Influența factorilor sociodemografici	482
29.1.3. Dezvoltarea tehnologică.....	483
29.1.4. Investițiile în infrastructura turistică.....	484
29.1.5. Dereglementarea și alți factori politici	485
29.1.6. Protejarea mediului	486
29.1.7. Dezvoltarea comerțului cu servicii	487
29.1.8. Siguranța și securitatea călătorilor	487
29.2. <i>Forțele pieței turistice</i>	488
29.2.1. Caracterul oscilant al cererii.....	488
29.2.2. Diversificarea ofertelor de produse și servicii în timpul și la destinațiile călătorilor	489
29.2.3. Globalizarea piețelor	489
29.2.4. Marketingul eficient și extensiv al agenților de turism	490
29.2.5. Resursele umane	490
30. ESTIMĂRI ALE CIRCULAȚIEI TURISTICE	491
30.1. <i>Pe plan mondial</i>	491
30.2. <i>Estimări ale circulației turistice în Europa</i>	495
31. ELEMENTE-CADRU ALE PROGRAMULUI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ROMÂNESC	497
31.1. <i>Direcții de dezvoltare a turismului românesc</i>	497
31.2. <i>Planul strategic pe termen lung</i>	498
31.2.1. Politică națională de turism, obiective și strategie	498
31.2.2. Dezvoltarea produsului turistic	502

32. TENDINȚE DE GLOBALIZARE A SERVICIILOR TURISTICE PE PIAȚA MONDIALĂ.....	507
ANEXE	511
BIBLIOGRAFIE.....	550
CONTENTS.....	558
SOMMAIRE	567