

ANUNȚ ANGAJARE

Având în vedere prevederile Contractului de Finantare încheiat cu APDRP pentru înființarea centrului de informare și promovare turistică, Marketingul serviciilor legate de turismul rural, Încherea executiei proiectului și necesitatea dării în folosință a Centrului de informare și promovare turistică din comuna Alimpești, satul Alimpești, județul Gorj, prevederile HG 286 din 23 martie 2011 cu modificările și completările UAT COMUNA ALIMPEȘTI, scoate la concurs următoarele posturi

1. Responsabil centru de informare și promovare turistică ;
2. Agent turism

I Condiții de participare la concurs :

1. Responsabil centru de informare și promovare turistică ;

A. Persoana care se înscrie la concurs trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- să aibă cetățenie română sau cetățenia altor state din Uniunea Europeană;
- cunoaște limba română scris și vorbit;
- are vârsta minimă de 21 ani;
- are capacitate deplină de exercițiu ;
- are stare de sănătate corespunzătoare
- absolvent studii superioare;
- cunoscător a două limbi de circulație internațională (obligatoriu limba engleză), cu certificat de absolvire a unui curs de limba engleză ;
- disponibil pentru deplasări și program flexibil;
- să fie absolvent a unui curs de ghid turistic sau agent de turism.
- să fie sociabil, persuasiv și bun organizator;
- să aibă cunoștințe foarte bune în operare PC, navigare internet, inclusiv rețele de socializare;
- să cunoască foarte bine zonele turistice din țară și în mod deosebit zonele turistice din Oltenia de sub munte.

B Conținutul dosarului de concurs :

1. Cerere de înscriere adresată primarului ;
2. Copia actului de identitate ;
3. Copia documentelor care să ateste nivelul studiilor și ale altor acte care atestă efectuarea specializărilor prezentate la punctul A
3. Cazierul judiciar sau o declarație pe propria răspundere că nu are antecedente penale care să-l facă incompatibil cu funcția pentru care candidează ;
4. Adevărta medicală care să ateste starea de sănătate corespunzătoare eliberată cu cel mult 6 luni anterior desfășurării concursului eliberată de medicul de familie al candidatului ;
5. Actele vor fi prezentate în copie și original pentru verificare la secretarul comunei doamna Negreanu Maria.

A. Condiții de participare la concurs :

2. Agent turism (cu sarcini și de îngrijitor cladire)

- să aibă cetățenie română sau cetățenia altor state din Uniunea Europeană;
- cunoaște limba română scris și vorbit;
- are vârsta minimă de 21 ani;
- are capacitate deplină de exercițiu ;
- are stare de sănătate corespunzătoare;
- studii medii sau echivalente finalizate sau în curs de finalizare;
- să fie absolvent a unui curs de ghid turistic sau agent de turism.

B Continutul dosarului de concurs :

1. Cerere de înscriere adresată primarului ;
2. Copia actului de identitate ;
3. Copia documentelor care să ateste nivelul studiilor și ale altor acte care atestă efectuarea specializărilor prezentate la punctul A
3. Cazierul judiciar sau o declarație pe propria răspundere că nu are antecedente penale care să-l facă incompatibil cu funcția pentru care candidează ;
4. Adevărta medicală care să ateste starea de sănătate corespunzătoare eliberată cu cel mult 6 luni anterior desfășurării concursului eliberată de medicul de familie al candidatului ;
5. Dosarele cu documentele specificate vor fi prezentate în copie și original pentru verificare la secretarul comunei doamna Negreanu Maria până în data de 21 ianuarie 2013, ora 16.

PENTRU AMBELE POSTURI CONCURSUL SE VA DESFĂȘURA ÎN DATA DE 22 IANUARIE 2013, ORA 10 ȘI VA CONSTA ÎN PROBA SCRISĂ ȘI INTERVIU.. Media de promovare a concursului va fi calculată ca medie aritmetică a celor două probe. Media minimă pentru promovare în cazul câte unui concurent pentru fiecare post este 5.

II Sarcini de serviciu pentru postul :

1. Responsabil centru de informare și promovare turistică ;

Centrul de Informare și Promovare Turistică asigură legătura indispensabilă cu turiștii, realizând informarea cât mai obiectivă și completă a acestora, precum și activitatea de promovare a destinației turistice respective prin toate mediile disponibile. Centrul funcționează într-o clădire independentă situată în comuna Alimpești, satul Sirbesti, clădire modernizată și dotată prin fonduri europene.

1) Contextul ocupației

Responsabilul Centrului de Informare și promovare turistică este persoana calificată și specializată care coordonează activitatea Centrului de Informare Turistică, realizând promovarea turistică a întregului patrimoniu: infrastructura turistică, potențialul natural și antropic, al arealului în care își desfășoară activitatea, asigurând furnizarea informațiilor cu caracter turistic vizitatorilor sosiți la centru despre stațiuni turistice, localități, zone sau regiuni turistice.

SARCINI

- informarea turiștilor sosiți în stațiune asupra facilităților bazei materiale a stațiunii, a posibilităților de petrecere a timpului liber, asupra excursiilor ce pot fi realizate în și din zonă, și asupra oricăror informații cu caracter turistic - și nu numai - dorite de aceștia;
- informarea turiștilor care dar doresc să viziteze obiectivele turistice din localitate sau zonele limitrofe , informare realizată prin toate mijloacele de comunicare: scrisori, telefon, fax, Internet, E-mail etc.;
- realizarea și distribuirea de materiale promotionale și informative pe diverse suporturi (tiparituri, CD, DVD etc.);
- tipărirea de monografii, materiale de specialitate, cărți, reviste cu caracter informativ-turistic, ziare etc.;
- transmiterea de informații cu profil turistic touroperatorilor și agenților de turism;
- participarea la târguri și expoziții cu profil turistic în țară și în străinătate;
- colaborarea cu unitățile de turism , cu centre similare din țară și din străinătate în vederea organizării schimburilor de informații cu caracter turistic;
- asigurarea animației turistice necesare, prin intermediul specialiștilor (scoli de schi, parapanta, alpinism, drumetii etc);
- asigurarea consultanței de specialitate pentru deținătorii de baza materială din zonă;
- realizarea de campanii promotionale, conferințe de presă ocazionate de lansarea noilor produse turistice, activități de relații publice;

- organizarea si gestionarea de evenimente cu scop promotional (festivaluri, seri turistice etc.) pentru Comuna Alimpesti.
- promovarea localitatii prin mediul Internet;
- organizarea - în colaborare cu diverse unitati de învățământ turistic - de cursuri de training si pregătire profesionala pentru angajatii si managerii din turism;
- orice alte activitati cu caracter promotional si informativ.
- transmiterea de informatii cu profil turistic touroperatorilor si agentiilor de turism;
- organizeaza excursii in zonele turistice limitrofe si in tara.

BIBLIOGRAFIE

LEGEA TURISMULUI

a) Legea Turismului

a) Definitii

b) Atribuțiile și obligațiile autorităților administrației publice locale în domeniul turismului.

c) Legea administrației publice locale – atribuțiile primarului si consiliului local.

TEMA PRACTICA-Chestionar :

TEMA PRACTICA

A. Marcati raspunsul corect pentru intrebarile de mai jos.
Mentionam ca un singur raspuns este corect.

1. Care din raspunsurile de mai jos reprezinta o asemanare intre agentia tour-operatoare si cea detailista:

- trebuie sa aiba ambele o suprafata de 16 mp, acces facil si amplasare la parter sau mezanin;
- trebuie sa fie inregistrate la Oficiul Comertului si sa aiba incheiate polite de asigurare pentru faliment sau insolvabilitate;
- sunt acceptate si alte activitati in afara de cea comercializare a produselor si serviciilor turistice (schimb valutar, xerox, vanzari de ghiduri, ilustrate).

2. Dupa functionalitate si raportul cu ariile receptoare agentiile de turism se impart in:

- emitatoare, receptoare, emitator-receptoare;
- . emitatoare, detailiste, virtuale, specializate;
- receptoare, implant, comerciale, stimulare.



3. Pretul unui produs turistic se stabileste de catre agentul de turism pe baza urmatoarelor strategii:

- de cost, bazate pe concurenta, bazate pe cererea pietei;
- de cost, de flexibilitate, de produs sezonier;
- bazate pe concurenta, de diferentiere a produsului turistic, de sezonalitate.



4. Serviciile turistice comercializate de agentia de turism se clasifica dupa continutul prestatiei in:



- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> servicii ferme, servicii spontane; | |
| <input type="checkbox"/> servicii platite anterior prestatiei, servicii platite simultan cu prestatia, servicii platite dupa realizarea prestatiei, servicii gratuite; | |
| <input type="checkbox"/> servicii legate de calatorie, servicii specifice perioadei de sejur. | |

5. In asigurarea de bagaje nu sunt incluse:

- | | |
|---|--------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> bagajele retinute de autoritati din diferite motive; | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> bagajele de cala care sunt transportate în acelasi zbor cu asiguratul; | |
| <input type="checkbox"/> bagajele cu o greutate între 15-20 kg. | |

6. Tacticile de negociere se impart in:

- | | |
|--|--------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> ofensive si defensive; | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> ale deciziei rapide si ale deciziei de asteptare; | |
| <input type="checkbox"/> concesia, compromisul, consensul, dezacordul. | |

7. Agrementul turistic este:

- | | |
|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> important in raport cu cazarea si alimentatia in pachetele de sejur; | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> important doar in pachetele turistice foarte scumpe; | |
| <input checked="" type="checkbox"/> obligatoriu in orice pachet turistic. | |

8. Aranjamentele de tip charter aerian sunt:

- | | |
|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> totul inclus, separate, la cerere; | <input type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> de grup, IT, own-use, specializat; | |
| <input type="checkbox"/> la cerere, IT, round-trip. | |

9. Cauza cea mai importanta si frecventa ce determina reclamatii din partea turistului catre agentia de turism sunt:

- | | |
|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> nemulumiri legate de pret si prestatia agentului de turism; | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> nemulumiri legate de prestatia personalului din unitatile de cazare si alimentatie; | |
| <input checked="" type="checkbox"/> lipsa concordantei dintre continutul produsului turistic achizitionat si prestatiile turistice primite. | |

10. Care sunt perioadele din cursul unui an de tarifare a unui bilet de avion:

- | | |
|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> L (1XI-11XII, 25 XII-31 III), K (1IV-12VI, 15IX-31X, 12XII-31III), H (13VI-14IX); | <input type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> one way, round trip, circle trip; | |

L (1XI-11XII,), K (, 25 XII-31 III, 12XII-31III), H (1IV-12VI, 15IX-31X, 13VI-14IX).

11. Riscul pentru contractarile anticipate si pentru cheltuielile privind marketingul turistic il poarta:

- agentia detailistă;
- agentia integrată;
- agentia tour-operatori.

12. Cel mai important tour-operator european este:

- Thomas Cook;
- Tuikg;
- J'Info Tour.

Acun Tuikg a luat primul loc

13. Fisa interviuatului in cadrul companiilor de sondare a pietei turistice va cuprinde:

- varsta, sexul, venitul;
- nationalitatea, ocupatia, tipul de activitate turistica preferata;
- varsta, sexul, studiile, durata ultimei activitati turistice.

14. Care din atributiile enumerate mai jos apartin doar agentului de turism, nu si celui de ticketing:

- promoveaza imaginea companiei;
- gestioneaza informatia cu ajutorul calculatorului;
- promoveaza produsul turistic si gestioneaza piata turistica.

15. Expresia *Credeti-ma, aveti incredere in mine* are efect negativ asupra clientului deoarece:

- il demotiveaza;
- ii creeaza neincredere;
- ii da un sentiment de inferioritate.

16. Cele mai numeroase statiuni balneoclimaterice din Romania se gasesc in:

- Carpatii Meridionali;
- Carpatii Orientali;
- Carpatii Occidentali.

17. Cea mai importanta zona turistica litorala a Frantei este:

- Coasta de Azur;
- Coasta de Argint;
- Costa de Luz.

18. Pentru o agentie de turism nou intrata pe piata, care metoda de plata din partea beneficiarilor este cea mai rentabila:

- acreditivul documentar;
- incaso-ul documentar;
- plata in numerar in avans.

19. In activitatea sa, agentia de turism are functie de:

- numai de vanzator;
- numai de cumparator;
- mixta.

20. Un contract turistic nu este valabil daca nu are definit:

- clauzele de contingent;
- clauzele esentiale;
- clauzele secundare.

II Sarcini de serviciu pentru postul :

2. Agent turism (cu sarcini si de ingrijitor cladire)

a) Sarcini in calitate de agent de turism :

- informarea turistilor sositi în statiune asupra facilitatilor bazei materiale a statiunii, a posibilitatilor de petrecere a timpului liber, asupra excursiilor ce pot fi realizate în si din zona, si asupra oricaror informatii cu caracter turistic - si nu numai - dorite de acestia;

-- sprijina responsabilul centrului local de informare si promovare turistica in organizarea si gestionarea de evenimente cu scop promotional (festivaluri, seri turistice etc.) pentru Comuna Alimpesti.

- prospecteaza piata turistica ;

-promoveaza produsele locale traditionale

- asigura alaturi de responsabilul centrului de informare turistica functionalitatea locului de munca

Urmareste ca aparatele sa fie intretinute si in perfecta stare de functionare pentru a asigura conditii optime de munca , se preocupa permanent de promovarea imaginii localitatii, gestioneaza documente centrului de informare turistica

b)Sarcini ale postului de munca in domeniul intretinerii si curateniei cladirii :

a) Asigura curatenia in incinta birourilor inainte sau dupa terminarea programului de lucru conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;

- b) Aspira saptamanal mocheta din birouri si holuri conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- c) Asigura curatenia si igienizarea periodica a diferitelor suprafete (ferestre, usi, etc) conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- d) Spala si curata zilnic grupul sanitar si asigura materialele igienico – sanitare necesare conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- e) Sterge praful si lustruiește mobilierul conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- f) Spala geamurile, usile si corpurile de iluminat conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- g) Asigura curatenia si igienizarea periodica a spatiilor anexe (holuri, receptie, scari, spatiu de fumat, etc), conform programului saptamanal de lucru conform procedurilor de lucru si standardului de calitate al societatii;
- i) Preda gunoiul menajer furnizorilor de servicii de salubritate
- j) Participă la determinarea necesarului de materiale destinate curățeniei;
- k) Asigura curatenia in spatiile de parcare acoperite si neacoperite;
- l) Aerisește spațiile si birourile cladirilor repartizate conform programului de lucru si procedurilor interne ale companiei;

Asigurarea tuturor proceselor cu privire la efectuarea si intretinerea curateniei in incinta cladiril si a curtii acesteia .Executa, zilnic si conform programului de lucru stabilit, lucrari de igienizare si curatenie specifica a spatiilor din cadrul birorilor si salii de expozitie .

BIBLIOGRAFIE (agent turism)

1. LEGEA TURISMULUI

Definitii:

- **produs turistic** - complex de bunuri materiale și de servicii concentrate într-o activitate specifică și oferite pachet consumului turistic;
- **program turistic organizat** – servicii turistice clar definite și determinate ca spațiu și timp de desfășurare, reunite într-o anumită succesiune și puse la dispoziția turiștilor sub coordonarea și responsabilitatea operatorilor economici autorizați de către autoritatea administrației publice centrale responsabilă în domeniul turismului;
- **serviciu turistic** – unul dintre următoarele servicii asigurate pentru consum turistic: cazare, alimentație publică, transport de persoane, tratament balnear, servicii SPA, agrement și altele asemenea, oferite consumatorilor finali;

HG .303/2006 privind aprobarea Programului anual de dezvoltare a produselor turistice.

Ce presupune programul anual de dezvoltare a produselor turistice.

TEMA PRACTICA CHESTIONAR

A. Marcati raspunsul corect pentru intrebarile de mai jos.

Mentionam ca un singur raspuns este corect.

1. Care din raspunsurile de mai jos reprezinta o asemanare intre agentia tour-operatoare si cea detailista:

- trebuie sa aiba ambele o suprafata de 16 mp, acces facil si amplasare la parter sau mezanin;
- trebuie sa fie inregistrate la Oficiul Comertului si sa aiba incheiate polite de asigurare pentru faliment sau insolvabilitate;
- sunt acceptate si alte activitati in afara de cea comercializare a produselor si serviciilor turistice (schimb valutar, xerox, vanzari de ghiduri, ilustrate).

2. După funcționalitate și raportul cu ariile receptoare agențiile de turism se împart în:

- emitatoare, receptoare, emitator-receptoare;
- . emitatoare, detailiste, virtuale, specializate;
- receptoare, implant, comerciale, stimulare.

3. Prețul unui produs turistic se stabilește de către agentul de turism pe baza următoarelor strategii:

- de cost, bazate pe concurență, bazate pe cererea pieței;
- de cost, de flexibilitate, de produs sezonier;
- bazate pe concurență, de diferențiere a produsului turistic, de sezonabilitate.

4. Serviciile turistice comercializate de agenția de turism se clasifică după conținutul prestației în:

- servicii ferme, servicii spontane;
- servicii plătite anterior prestației, servicii plătite simultan cu prestația, servicii plătite după realizarea prestației, servicii gratuite;
- servicii legate de călătorie, servicii specifice perioadei de sejur.

5. În asigurarea de bagaje nu sunt incluse:

- bagajele reținute de autorități din diferite motive;
- bagajele de călărie care sunt transportate în același zbor cu asiguratul;
- bagajele cu o greutate între 15-20 kg.

6. Tacticile de negociere se împart în:

- ofensive și defensive;
- ale deciziei rapide și ale deciziei de așteptare;
- concesiunea, compromisul, consensul, dezacordul.

7. Acordul turistic este:

- important în raport cu cazarea și alimentația în pachetele de sejur;
- important doar în pachetele turistice foarte scumpe;
- obligatoriu în orice pachet turistic.

8. Aranjamentele de tip charter aerian sunt:

- totul inclus, separate, la cerere;

<input checked="" type="checkbox"/> de grup, IT, own-use, specializat;	
<input type="checkbox"/> la cerere, IT, round-trip.	

9. Cauza cea mai importanta si frecventa ce determina reclamatii din partea turistului catre agentia de turism sunt:

- nemulumiri legate de pret si prestatia agentului de turism;
- nemulumiri legate de prestatia personalului din unitatile de cazare si alimentatie;
- lipsa concordantei dintre continutul produsului turistic achizitionat si prestatiile turistice primite.

10. Care sunt perioadele din cursul unui an de tarifare a unui bilet de avion:

- L (1XI-11XII, 25 XII-31 III), K (1IV-12VI, 15IX-31X, 12XII-31III), H (13VI-14IX);
- one way, round trip, circle trip;
- L (1XI-11XII,), K (, 25 XII-31 III, 12XII-31III), H (1IV-12VI, 15IX-31X, 13VI-14IX).

11. Riscul pentru contractarile anticipate si pentru cheltuielile privind marketingul turistic il poarta:

- agentia detailista;
- agentia integrata;
- agentia tour-operatoare.

12. Cel mai important tour-operator european este:

- Thomas Cook;
 - Tuikg;
 - J'Info Tour.
- Acun Tuikg a luat primul loc

13. Fisa interviuatului in cadrul companiilor de sondare a pietei turistice va cuprinde:

- varsta, sexul, venitul;
- nationalitatea, ocupatia, tipul de activitate turistica preferata;
- varsta, sexul, studiile, durata ultimei activitati turistice.

14. Care din atributiile enumerate mai jos apartin doar agentului de turism, nu si celui de ticketing:

- promoveaza imaginea companiei;
- gestioneaza informatia cu ajutorul calculatorului;

promoveaza produsul turistic si gestioneaza piata turistica.

15. Expresia *Credeti-ma, aveti incredere in mine* are efect negativ asupra clientului deoarece:

- il demotiveaza;
- ii creeaza neincredere;
- ii da un sentiment de inferioritate.

16. Cele mai numeroase statiuni balneoclimaterice din Romania se gasesc in:

- Carpatii Meridionali;
- Carpatii Orientali;
- Carpatii Occidentali.

17. Cea mai importanta zona turistica litorala a Frantei este:

- Coasta de Azur;
- Coasta de Argint;
- Costa de Luz.

18. Pentru o agentie de turism nou intrata pe piata, care metoda de plata din partea beneficiarilor este cea mai rentabila:

- acreditivul documentar;
- incaso-ul documentar;
- plata in numerar in avans.

19. In activitatea sa, agentia de turism are functie de:

- numai de vanzator;
- numai de cumparator;
- mixta.

20. Un contract turistic nu este valabil daca nu are definit:

- clauzele de contingent;
- clauzele esentiale;
- clauzele secundare.

