

CUPRINS

	INTRODUCERE	9
I.	CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND TURISMUL	13
1.1.	Conceptele de bază ale turismului	13
1.2.	Tipuri generale de turism	14
1.3.	Factori generali de impact asupra turismului	16
1.4.	Tipuri de turism rural	17
II.	AGROTURISMUL, TURISMUL RURAL ȘI ECOTURISMUL	20
2.1.	Concepte actuale și definiții	20
2.2.	Agroturismul și turismul ecologic	27
2.3.	Necesitatea apariției și dezvoltării agroturismului	29
2.4.	Factorii care influențează dezvoltarea turismului rural și agroturismului	30
2.5.	Factorii care influențează dezvoltarea turismului rural și agroturismului	35
III.	RESURSE TURISTICE ȘI AGROTURISTICE	36
3.1.	Potențialul turistic - factor determinant al activității turistice	36
3.2.	Tabloul structural al resurselor agroturistice	38
3.3.	Realități și perspective ale potențialului turistic românesc	47
IV.	DEZVOLTAREA DURABILĂ A TURISMULUI ȘI AGROTURISMULUI	56
4.1.	Relația turism – mediul înconjurător. Efectele dezvoltării turismului asupra mediului	56
4.2.	Conceptul de turism durabil	66
V.	MODUL DE REALIZARE A TURISMULUI ȘI AGROTURISMULUI DURABIL ÎN ZONELE NATURALE DE INTERES TURISTIC	70
VI.	AGROTURISMUL ȘI TURISMUL RURAL ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ	76
6.1.	Evoluție	76
6.2.	Inițiative și programe pentru dezvoltarea turismului rural	77
6.3.	Măsuri de susținere a activității de turism rural	79
6.4.	Cazarea în mediul rural	84
6.5.	Agroturismul și turismul rural în Franța	89
6.6.	Cererea turistică	94

6.7.	Asociații și organisme internaționale ale prestatorilor de servicii turistice în mediul rural	96
6.8.	Evaluarea criteriilor de clasificare EuroGites - așezări rurale	97
VII.	SATUL ȘI POSIBILITĂȚILE REALE ÎN DOMENIUL AGROTURISMULUI ȘI TURISMULUI RURAL	104
7.1.	Calitățile turistice, peisagistice și sportive ale satului românesc	104
7.2.	Satul turistic în țările europene	108
7.3.	Metode de cercetare a așezărilor cu potențial rural special - "sate turistice"	113
7.4.	Clasificarea pe tipologii a satelor turistice	116
7.5.	Amenajarea și dotarea satelor turistice	122
7.6.	Promovarea satelor turistice	123
VIII.	OFERTA AGROTURISTICĂ	125
8.1.	Particularități și structură	125
8.2.	Tipuri de oferte agroturistice	126
8.3.	Dezvoltarea ofertei agroturistice	127
8.4.	Promovarea și reclama ofertei agroturistice	129
IX.	COMUNICAREA	133
9.1.	Apartenența la rețeaua agroturistică	133
9.2.	Rețele agroturistice franceze	133
9.3.	Rețeaua turismului rural și agroturismului în România	135
9.4.	Apartenența la rețeaua ANTREC	137
X.	STRUCTURA ORGANIZATORICĂ ȘI PERSPECTIVELE AGROTURISMULUI ȘI TURISMULUI RURAL	139
10.1.	Structuri organizatorice în țările europene	139
10.2.	Rolul comunității și autorității locale	140
XI.	ROLUL RELIEFUL MONTAN ȘI A PERIOADELE ISTORICE ÎN EVOLUȚIA CONSTRUCȚIILOR ȘI AMENAJĂRILOR AGROTURISTICE DE LA NOI DIN ȚARĂ	141
11.1.	Caracteristicile geografice ale Carpaților	141
11.2.	Caracteristicile climatice	143
11.3.	Influența perioadelor istorice parcurse de România asupra locuirii omului în zonele montane	144
XII.	SERVICII ȘI BUNURI MATERIALE – NOȚIUNI GENERALE ȘI DEFINIȚII	150
12.1.	Definirea serviciilor	152
XIII.	TIPOLOGIA SERVICIILOR	162
13.1.	Necesitatea clasificării serviciilor	162
13.2.	Tipuri de clasificare a serviciilor	164

13.3.	Oferta și producția serviciilor	170
13.4.	Cererea pentru servicii	175
XIV.	TARIFELE PENTRU SERVICII	178
14.1.	Noțiuni generale și particularități	178
14.2.	Elemente de fundamentare și stabilire a tarifelor	180
14.3.	Particularități ale tarifelor serviciilor turistice	183
XV.	STRUCTURA PIEȚEI SERVICIILOR ȘI COMPORTAMENTUL CLIENȚILOR	191
15.1.	Clientul/consumatorul serviciilor, exigențe și factorii care influențează piața acestora	191
15.2.	Pretențiile clientului – baza prestării unor servicii de calitate superioară	196
15.3.	Satisfacția angajaților – factor determinant al satisfacției consumatorilor de servicii	201
15.4.	Etapale comportamentului clientului	204
XVI.	IMPACTUL MANAGEMENTULUI ASUPRA EFICIENȚEI SERVICIILOR	215
16.1.	Eficiența activității serviciilor – conținut, factori de influență	215
16.2.	Impactul managementului în relația eficiență-exigența clientului	223
XVII.	MARKETINGUL ȘI SCOPUL SERVICIILOR ÎN ÎNDELETNICIRILE POPULAȚIEI	236
17.1.	Scopul serviciilor în îndeletnicirile populației	236
17.2.	Marketing agroturistic; concept și formă a pieței serviciilor din agricultură	238
17.3.	Marketingul serviciilor culturale	242
XVIII.	REGULI DE IGIENĂ, SECURITATE ȘI TRASABILITATE ÎN SERVICIILE AGROTURISTICE	246
18.1.	Realizarea produselor agricole și comercializarea lor	246
18.2.	Aspecte legate de activitățile turistice	251
XIX.	CALITATEA SERVICIILOR TURISTICE	259
19.1.	Definirea noțiunii de calitate	259
19.2.	Criterii de apreciere a valorii calitative	260
	BIBLIOGRAFIE	265

