

Ispitna pitanja za MARKETING U HOTELIJERSTVU

I modul

- 1.Osnovne karakteristike usluga
- 2.Karakteristike turističke tražnje i turističke ponude
- 3.Osobenosti u funkcionisanju turističkog tržišta
- 4.Osnovni razlozi za prihvatanje marketing koncepcije u turizmu
- 5.Objasniti trougao marketinga usluga
- 6.Primena marketinga u preduzećima turističke privrede
- 7.Mikromarketing okruženje
- 8.Makromarketing okruženje
- 9.Šta je marketing informacioni sistem i koji su njegovi podsistemi
- 10.Objasniti proces istraživanja marketinga
- 11.Objasniti komponente procesa strategijskog planiranja: misija, strategijski ciljevi, strategijska revizija,SWOT analiza, analiza portfolia,ciljevi i strategije
- 12.Planiranje marketing aktivnosti (objasniti razloge i tok procesa planiranja marketing aktivnosti)
- 13.Formulisanje marketing strategije
- 14.Strategija segmentacije tržišta
- 15.Strategija diferenciranja proizvoda

II modul

1. Kreiranje turističkih proizvoda
2. Životni i evolucioni ciklus turističkog proizvoda
3. Faktori formiranja cena preduzeća turističke privrede
4. Metode formiranja cena u turizmu
5. Specifični aspekti politike cena u turizmu
6. Uloga promocije u procesu donošenja odluke o kupovini turističkog proizvoda

7. **Osnove definisanja sadržaja promotivnih aktivnosti**
8. **Oblici promotivnih aktivnosti u turizmu**
9. **Turistička propaganda**
10. **Primena informacione tehnologije u promotivnim aktivnostima u turizmu i hotelijerstvu**
11. **Organizovanje promotivnih aktivnosti u turizmu i hotelijerstvu**
12. **Direktna i indirektna prodaja u turizmu**
13. **Izbor kanala prodaje u turizmu**
14. **Odnosi u kanalima prodaje u turizmu i hotelijerstvu**
15. **Dodatni instrumenti marketing miksa u oblasti turizma i hotelijerstva: ljudi, fizička sredina(ambijent) i proces**
16. **Elektronski marketing u turizmu i hotelijerstvu**