

Оквирна питања за испит из предмета Хотелски маркетинг

1. Која три кључна аспекта укључује маркетинг концепт?
2. Објаснити појам и улогу маркетинга као економског процеса.
3. Објаснити појам маркетинга као пословне функције.
4. Објаснити појам маркетинга као пословне концепције.
5. Објаснити појам маркетинга као научне дисциплине.
6. Објаснити разлике између продаје и маркетинга.
7. Која је практична корист од интегрисаног маркетинга?
8. Која су три нивоа координација битна у установљавању хотелског интегралног маркетинга?
9. Дефинисати и објаснити вредност испоручену потрошачу/купцу.
10. Објаснити шта је сатисфакција потрошача.
11. Шта је маркетинг односа (*Relationship marketing - RM*), а шта маркетинг односа са потрошачима (*Consumer relationship marketing - CRM*)?
12. Које су предности које настају услед постојања лојалности потрошача хотелских услуга према марки?
13. Објаснити појам и циљеве програма лојалности, тзв. програма „учесталих потрошача“ (*frequent guest programme*).
14. Које су фазе процеса управљања маркетинг активностима?
15. Објаснити шта је негативна тражња и која је улога маркетинга при постојању наведеног стања тражње?
16. Објаснити шта је прекомерна тражња и која је улога маркетинга при постојању наведеног стања тражње?
17. Које су врсте хотелских пословних планова према времену обухвата?
18. Шта је маркетинг микс и који су (набројати) његови инструменти (концепт „четири П“ - *„four P“*)?
19. Објаснити социокултурно окружење као део макромаркетинг окружења.
20. Објаснити демографско окружење као део макромаркетинг окружења.
21. Објаснити SWOT анализу.
22. Шта је маркетинг информациони систем и који су (набројати) његови подсистеми?
23. Објаснити истраживање тражње (потрошача).
24. Објаснити истраживање конкуренције.
25. Навести пет фаза класичног (традиционалног) модела процеса одлучивања потрошача о куповини хотелских услуга.
26. Које су три главне фазе циљног маркетинга?
27. Објаснити појам сегментације тржишта и навести пет модела за сегментацију.
28. Објаснити појам диференцирања производа-услуга као хотелске маркетинг стратегије.
29. Објаснити појам позиционирања производа-услуга као хотелске маркетинг стратегије.

30. Који су нивои хотелског производа и шта је основни производ (суштина производа) као први ниво хотелског производа?
31. Који су нивои хотелског производа и шта је опипљиви производ (формални производ) као други ниво хотелског производа?
32. Који су нивои хотелског производа и шта је увећани производ као трећи ниво хотелског производа?
33. Који су нивои хотелског производа и како се постиже разлика између опипљивог (формалног) и увећаног производа?
34. Која су три главна елемента која треба узети у обзир приликом одређивања цена?
35. Које су стратегијске улоге цена?
36. Које су тактичке улоге цена?
37. Објаснити појам диференцирања цена.
38. Објаснити појмове: интензивна, селективна и ексклузивна продаја.
39. Шта је директна продаја и које су њене предности?
40. Шта је директна продаја и који су њени недостаци?
41. Шта су индиректни канали продаје и које су функције посредника у хотелским дистрибутивним каналима?
42. Шта је промоција, који су (набројати) основни облици промоције и шта је пропаганда?
43. Шта је промоција, који су (набројати) основни облици промоције и шта је унапређење продаје?
44. Шта је промоција, који су (набројати) основни облици промоције и шта је лична продаја?
45. Шта је директни маркетинг и који су (набројати) његови медији?