

**Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu (specijalističke studije)**  
**- ispitna pitanja -**

1. Potrošači na turističkom tržištu
2. Segmentacija turističkog tržišta
3. Osnove za segmentaciju turističkog tržišta potrošača
4. Strategije segmentacije tržišta
5. Kategorije i tipologija potrošača na turističkom tržištu
6. Modeli ponašanja potrošača u turizmu
7. Ciljevi i svrha istraživanja potrošača u turizmu
8. Strategije istraživanja potrošača u turizmu
9. Postupak istraživanja potrošača
10. Međunarodna istraživanja
11. Atraktivnost turističke destinacije i turistička tražnja
12. Prirodni i društveni faktori i turistička tražnja
13. Trendovi koji utiču na turističku tražnju i izbor turističke destinacije
14. Vrste turizma
15. Uticaj geografskih determinanti na turizam
16. Demografske determinante
17. Ekonomski faktori i turistička tražnja
18. Sociološki faktori
19. Kultura i potkultura
20. Društvena klasa i sloj
21. Relevantne i referentne grupe
22. Stil života i psihografske tehnike za merenje stila života
23. Tehnološki faktori i društvene mreže
24. Istraživanje potreba i motiva potrošača u turizmu
25. Faze u procesu odlučivanja
26. Izvori potrošačkih informacija
27. Motivacioni proces
28. Struktura turističkih potreba i motiva
29. Percepcija i faze procesa informisanja
30. Kognitivni i afektivni sistem potrošača (stavovi)
31. Stavovi potrošača i strategije za promenu stavova
32. Uticaj psiholoških faktora na ponašanje potrošača u turizmu
33. Persuazivna propaganda

34. Integrisane marketing komunikacije
35. Satisfakcija potrošača u turizmu
36. Kreiranje vrednosti za potrošače u turizmu
37. Totalna satisfakcija potrošača
38. Osnovne odrednice kvaliteta u turizmu
39. Upravljanje kvalitetom usluge u turističkom preduzeću
40. Merenje satisfakcije potrošača – indirektne metode
41. Merenje satisfakcije potrošača – direktne metode
42. Strategije za otklanjanje nezadovoljstva potrošača
43. Lojalnost potrošača u turizmu
44. Programi lojalnosti
45. Analiza vrednosti potrošača
46. Uloga marketinga u stvaranju odnosa sa potrošačima
47. Menadžment odnosa sa potrošačima
48. Instrumenti koncepta „4C“
49. Lanac vrednosti i struktura CRM-a
50. Opšti pristup sigurnosti u turizmu
51. Preventivne mere za sigurnost u turizmu
52. Putovanje i zdravlje
53. Bezbednost turističke destinacije
54. Sigurnost turista u hotelima i bezbednost hrane
55. Sigurnost i zaštita potrošača u avio i železničkom saobraćaju
56. Sigurnost i zaštita potrošača u drumskom i vodenom saobraćaju
57. Zakonska regulativa turista u EU
58. Direktiva 314/90 o paket aranžmanima
69. Zaštita interesa i prava potrošača
60. Zakonodavstvo Srbije i zaštita potrošača
61. Inspekcijski nadzor u oblasti turizma
62. Konzumerizam i osnovna prava potrošača
63. Strategija društveno odgovornog poslovanja i inicijative
64. Etički konzumerizam