

ISPITNA PITANJA IZ PREDMETA UPRAVLJANJE PRIHODIMA U HOTELIJERSTVU

I ISPITNO PITANJE

1. FINANSIJSKI MENADŽMENT I FINANSIJSKE POLITIKE
2. NAČELA FINANSIJSKE POLITIKE
3. PRAVILA FINANSIRANJA
4. ORGANIZACIJA FINANSIJSKE FUNKCIJE U HOTELSKOM PREDUZEĆU
5. FINANSIJSKO PLANIRANJE
6. CILJEVI FINANSIJSKOG PLANIRANJA
7. FAZE PROCESA FINANSIJSKOG PLANIRANJA
8. BIZNIS PLAN HOTELSKOG PREDUZEĆA
9. METODOLOGIJE IZRADA BIZNIS PLANA HOTELSKOG PREDUZEĆA
10. STRUKTURA BIZNIS PLANA HOTELSKOG PREDUZEĆA
11. FINANSIJSKA ANALIZA
12. RACIO ANALIZA
13. POKAZATELJI LIKVIDNOSTI
14. POKAZATELJI SOLVENTNOSTI
15. POKAZATELJI AKTIVNOSTI
16. POKAZATELJI RENTABILNOSTI/PROFITABILNOSTI POSLOVANJA HOTELSKOG PREDUZEĆA
17. DUGOROČNA FINANSIJSKA RAVNOTEŽA I NETO OBRtni FOND
18. FINANSIJSKA KONTROLA
19. PRINCIPI MENADŽMENTA PRIHODA
20. CILJEVI MENADŽMENTA PRIHODA
21. EKONOMSKE OSNOVE SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA U HOTELIJERSTVU
22. RAZVOJ INTEGRATIVNOG OKVIRA SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA U HOTELIJERSTVU
23. STRUKTURNI ELEMENTI SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA
24. FAKTORI ZNAČAJNI ZA FUNKCIONISANJE SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA
25. ULOGA MENADŽERA U SISTEMU MENADŽMENTA PRIHODA

II ISPITNO PITANJE

26. PROCES MENADŽMENTA PRIHODA U HOTELIJERSTVU
27. TRŽIŠNA SEGMENTACIJA, PROFILISANJE I TARGETIRANJE CILJNIH TRŽIŠTA

28. IZBOR INFORMACIJA POTREBNIH ZA REALIZACIJU PROCESA MENADŽMENTA PRIHODA
29. PREDVIĐANJE TRAŽNJE I PROJEKCIJE POSLOVANJA ZA POTREBE SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA
30. MENADŽMENT PRIHODA U ODELJENJU HRANE I PIĆA (F&B)
31. MENADŽMENT PRIHODA U FITNES, WELLNESS & SPA CENTRIMA
32. MENADŽMENT PRIHODA FUNKCIONALNIH SOBA/PROSTORIJA
33. MENADŽMENT PRIHODA KAZINA
34. MENADŽMENT PRIHODA SPORTSKIH TERENA
35. ANALIZA MENADŽMENTA PRIHODA: STRATEŠKA, TAKTIČKA I OPERATIVNA
36. CENA KAO ELEMENT MARKETING MIKSA: OD TRADICIONALNOG PRISTUPA DO STRATEŠKOG PLANIRANJA CENA
37. ULOGA PONUDE I TRAŽNJE U PROCESU FORMIRANJA CENA
38. ULOGA VREDNOSTI U PROCESU FORMIRANJA CENA
39. PROCES KREIRANJA VREDNOSTI U HOTELIJERSTVU
40. ODNOS KVALITETA, PRUŽENE USLUGE I CENE
41. DIFERENCIJACIJA CENA U HOTELSKOJ INDUSTRIJI
42. FAKTORI ZNAČAJNI ZA FORMIRANJE CENA U HOTELU
43. CENOVNI ALATI U SISTEMU MENADŽMENTA PRIHODA
44. OPŠTE CENOVNE STRATEGIJE
45. NECENOVNI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- MENADŽMENT KAPACITETA
46. NECENOVNI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA-PREKOMERNO UGOVARANJE I PRE-BUKIRANJE
47. NECENOVNI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA-ZAGARANTOVANE RASPOLOŽIVE SOBE
48. NECENOVNI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA-KONTROLA DUŽINE BORAVKA GOSTIJU (KUPACA)
49. NECENOVNI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA-100% GARANCIJA OSTVARIVANJA ZADOVOLJSTVA GOSTIJU (KUPACA)
50. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- MENADŽMENT KANALA PRODAJE / DISTRIBUCIJE
51. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- IZBOR PRODAJNIH / DISTRIBUTIVNIH KANALA
52. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- ODREĐIVANJE CENA I USLOVA REZERVACIJE PUTEM KANALA DISTRIBUCIJE
53. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- UPRAVLJANJE ALOTMANIMA OD STRANE PRODAJNIH / DISTRIBUTIVNIH KANALA
54. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- EVALUACIJA KANALA PRODAJE / DISTRIBUCIJE

55. KOMBINOVANI ALATI U PROCESU MENADŽMENTA PRIHODA- OPTIMALNA ALOKACIJA CENA SOBA (DISTRIBUCIJA SOBA)

III ISPITNO PITANJE

56. REZIME OPERATIVNOG IZVEŠTAVANJA ZA OPERATERE (UPRAVLJAČE) I VLASNIKE

57. ODELJENJE SOBA

58. ODELJENJE F&B

59. ODELJENJE WELLNESS & SPA

60. ODELJENJE PARKINGA

61. RAZNI PRIHODI

62. ODELJENJE ADMINISTRATIVNIH I OPŠTIH POSLOVA

63. ODELJENJE IKT

64. PRODAJA I MARKETING

65. ODELJENJE ČIŠĆENJA I ODRŽAVANJA

66. ODELJENJE ZA KOMUNALNE USLUGE

67. NAKNADE ZA UPRAVLJANJE (MENADŽMENT)

68. NEOPERATIVNI PRIHODI I RASHODI

69. ODELJENJE VEŠERAJA

70. ODELJENJE ISHRANE ZA ZAPOSLENE (MENZA/DRUŠTVENA ISHRANA)

71. RASHODI ZA PLATE I ZARADE ZAPOSLENIH

72. INDIKATORI NETO IZVEŠTAVANJA

73. INDIKATORI BRUTO IZVEŠTAVANJA

74. FINANSIJSKA RACIJA I OPERATIVNI POKAZATELJI USPEŠNOSTI POSLOVANJA
HOTELSKE KOMPANIJE – ODELJENJE SOBA

75. PROSEČNA DNEVNA CENA SOBE (AVERAGE DAILY RATE - ADR)

76. UKUPAN PRIHOD PO ZAUZETOJ SOBI (TOTAL REVENUE PER OCCUPIED ROOM -
TRevPOR)

77. DUŽINA BORAVKA GOSTIJU

78. PRIHOD PO RASPOLOŽIVOJ SOBI (REVENUE PER AVAILABLE ROOM - RevPAR)

79. UKUPAN PRIHOD OD RASPOLOŽIVIH SOBA (Total RevPAR)

80. BRUTO OPERATIVNI PROFIT PO RASPOLOŽIVOJ SOBI (GOPPAR)

81. DOBIT / PRINOS

82. RESTORAN (F&B) – PROSEČNA VREDNOST RAČUNA

83. RESTORAN (F&B) – PRIHOD PO RASPOLOŽIVOM MESTU / SATU (RevPASH)

84. FUNKCIONALNE SOBE – PRIHOD PO IZNAJMLJENOM KVADRATNOM METRU /
SATU (RevPSMH)

85. FUNKCIONALNE SOBE – STOPA ZAUZETOSTI FUNKCIONALNIH SOBA

86. FUNKCIONALNE SOBE – PRIHOD PO RASPOLOŽIVOM KVADRATNOM METRU /
SATU (RevPASMH)

87. WELLNESS & SPA CENTRI – PROSEČNI PRIHOD PO GOSTU
88. WELLNESS & SPA CENTRI – STOPA ZAUZETOSTI WELLNESS & SPA CENTRA
89. WELLNESS & SPA CENTRI – PRIHOD PO RASPOLOŽIVOM SATU TRETMANA
(RevPATH)
90. ODNOS SISTEMA MENADŽMENTA PRIHODA, PITANJE ETIKE POSLOVANJA I
MARKETINGA ODNOSA SA KLIJENTIMA

UDŽBENIK:

Pindžo, R., Genov, G., (2024) MENADŽMENT PRIHODA U HOTELIJERSTVU, Beograd, Akademija
strukovnih studija Beograd