

MARKETING U TURIZMU

ISPITNA PITANJA

1. Pojam i razvoj marketinga
2. Definisanje usluga
3. Specifičnosti turističkih usluga
4. Suština i sadržaj marketinga u turizmu
5. Nosioci marketinških aktivnosti u turizmu
6. Model marketinga u turizmu
7. Pojam turističkog tržišta
8. Specifičnosti turističkog tržišta
9. Obim i potencijal turističkog tržišta
10. Nosioci ponude u turizmu
11. Faktori turističke ponude
12. Osobnosti turističke ponude
13. Pojam i specifičnosti turističke tražnje
14. Marketinško okruženje u turizmu
15. Analiza tržišta u turizmu
16. Turističke potrebe i odlučivanje potrošača u turizmu
17. Informisanje i ponašanje potrošača
18. Životni stil
19. Analiza konkurencije u turizmu
20. Uloga i značenje istraživanja turističkog tržišta
21. Marketinški informacioni sistem u turizmu
22. Značaj planiranja marketinških aktivnosti
23. SWOT analiza
24. Pojam i uloga marketinške strategije
25. Osnovne strategije razvoja tržišta
26. Strategije u odnosu na konkurenciju
27. Strategije u odnosu na tražnju
28. Strategije pozicioniranja proizvoda
29. Pojam marketinškog miksa
30. Turistički proizvod u teoriji marketinga
31. Životni ciklus turističkog proizvoda
32. Kvalitet turističkog proizvoda
33. Pozicioniranje proizvoda u turizmu
34. Specifičnosti formiranja cena u turizmu
35. Faktori formiranja cena
36. Metodi formiranja cena

37. Diskriminatorno određivanje cene
38. Specifični aspekti politike cena
39. Definisiranje sadržaja promotivnih aktivnosti u turizmu
40. Oglašavanje
41. Unapređenje prodaje
42. Odnosi s javnošću
43. Lična prodaja
44. Direktan marketing
45. Internet marketing
46. Definisiranje različitih kanala distribucije
47. Odnosi između učesnika u kanalima distribucije
48. Kompjuterski rezervacioni sistemi u turizmu