

Ispitna pitanja iz predmeta Turistički proizvod i razvoj destinacije (za školsku 2019/20 godinu)

1. Pojam i definicija menadžmenta
2. Menadžment turističke destinacije
3. Pojam turističke destinacije i njeno istraživanje
4. Elementi turističke destinacije
5. Karakteristike turističkih destinacija
6. Tipologija turističkih destinacija
7. Turističke destinacije selektivnih oblika turizma
8. Strategije nastupa turističkih destinacija na tržištu selektivnih oblika turizma
9. Karakteristike turističkih destinacija selektivnih oblika turizma
10. Gradovi kao turističke destinacije
11. Turističke destinacije poslovnog turizma
12. Pravci razvoja destinacija poslovnog turizma
13. Destinacije ruralnog turizma
14. Mogući modeli turističkog aktiviranja sela
15. Evolucija turističke destinacije
16. Noseći kapacitet turističkog prostora
17. Procena turističkih potencijala destinacije
18. Procena prirodnih i kulturnih odlika turističke destinacije
19. Procena učesnika u turističkoj destinaciji
20. Procena postojeće turističke infrastrukture u turističkoj destinaciji
21. Procena postojeće zakonske i političke usklađenosti za razvoj turističke destinacije
22. Procena turističke tražnje
23. Rezultati procene turističkih potencijala turističke destinacije
24. Održivi razvoj turističke destinacije
25. Održivi razvoj geoprostora
26. Analiza položaja turističke destinacije – analiza spoljnih i unutrašnjih uticaja
27. Analiza položaja turističke destinacije – u odnosu na tržište i konkurenciju
28. Analiza položaja turističke destinacije – SWOT analiza
29. Strategije marketinga u turističkoj destinaciji – Segmentacija tržišta
30. Strategije marketinga u turističkoj destinaciji – Strategija diferenciranja
31. Strategije marketinga u turističkoj destinaciji – Strategija pozicioniranja
32. Primena instrumenata marketing miksa u turističkoj destinaciji
33. Destinacijski proizvod
34. Razvojni klasteri kao koncept razvoja turističke destinacije
35. Cena kao deo marketing miksa
36. Promocija turističke destinacije
37. Kanali prodaje turističke destinacije
38. DMO – Organizacije za upravljanje destinacijama
39. Mesto i uloga DMO u upravljanju turističkim destinacijama
40. Uloga NTO

41. Uloga regionalnih i lokalnih turističkih organizacija
42. Pojam kvaliteta turističke destinacije
43. Menadžment kvaliteta orijentisan ka turistima
44. Integrisani menadžment kvaliteta u turizmu
45. Kritične tačke za postizanje kvaliteta u turističkoj destinaciji
46. Test kvaliteta u turističkoj destinaciji
47. Obezbeđivanje kvalitetnog iskustva kod posetilaca
48. Održavanje kvaliteta ruralnih sredina kao relevantnih turističkih resursa
49. Brend menadžment turističke destinacije
50. Proces stvaranja brenda
51. Koristi i ključni faktori uspeha efikasnog brendinga destinacije
52. Menadžment rizika u turističkoj destinaciji
53. Razumevanje rizika u upravljanju događajima
54. Upravljanje rizikom u ruralnim područjima
55. Prirodne katastrofe i turizam
56. Medicinski rizici u turizmu
57. Terorizam i turizam
58. Uticaj kriminala na turističku destinaciju
59. Slabosti u bezbednosti turističke destinacije
60. Savremena tehnologija u upravljanju turističkim destinacijama
61. Uloga ICT-a u menadžmentu turističke destinacije
62. GIS i savremena tehnologija u upravljanju turističkim destinacijama
63. Budući trendovi razvoja turističkih destinacija kroz usluge e-turizma