

VISOKA TURISTIČKA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA – specijalističke studije,
školska 2016/17.

godina

Predmet: POSLOVANJE GLOBALNIH HOTELSKIH KORPORACIJA

Dodatna pitanja za ispit

1. Značenje termina „Brend“
2. Definicija Brenda prema Američkoj asocijaciji za marketing (AMA)
3. Kompleksni pristupi definisanju Brenda
4. Integralna definicija Brenda
5. Osnovne razlike između proizvoda ili usluge i Brenda
6. Osnovni elementi identiteta brennda
7. Kriterijumi izbora osnovnih elemenata identiteta Brenda
8. Ime Brenda
9. Logo i boja Brenda
10. Slogan Brenda
11. Imidž Brenda
12. Osnovni termini i izrazi u vezi sa Brendom
13. Kvalitativne osobine Brenda
14. Vizija Brenda
15. Aktualizacija Brenda
16. Uloga internog brendiranja u stvaranju dugoročne vrednosti Brenda
17. Osnovne strategije brendiranja
18. Strategije koncentracije, standardizacije i prilagođavanja
19. Strategija diverzifikacije
20. Strategija ekstenzije
21. Strategija globalizacije
22. Osnovna pravila brendiranja
23. Diverzifikacija korporacije „Inter-Continental Hotels Group“
24. Diverzifikacija korporacije „Hilton Worldwide“
25. Diverzifikacija korporacije „Marriott International“
26. Diverzifikacija korporacije „Hyatt Hotel Corp.“
27. Diverzifikacija korporacije „Accor“
28. Održivo ugostiteljstvo
29. Osnovni aspekti društvene odgovornosti „Inter-Continental Hotels Group“
30. Osnovni aspekti društvene odgovornosti „Hilton Worldwide“

Napomena:

Studenti koji su položili kolokvijum, odnosno koji su ostvarili 10 i više poena, polažu samo 30 pitanja za ispit.

Studenti koji nisu položili kolovijum, odnosno koji su ostvarili manje od 10 poena, polažu sva pitanja (56 za kolokvijum + 30 za ispit)