

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

Predmet: POSLOVANJE GLOBALNIH HOTELSKIH KORPORACIJA

Pitanja za kolokvijum

1. Regionalna distribucija receptivnog turizma
2. Faktori transformacije hotelijerstva
3. Etape razvoja međunarodnih hotelskih lanaca
4. Periodizacija razvoja međunarodnih hotelskih lanaca
5. Kapacitet i geografska struktura međunarodnih hotelskih lanaca
6. Tržišna orijentacija hotelskih lanaca kao polazna pretpostavka internacionalizacije
7. Teritorijalna rasprostranjenost međunarodnih hotelskih lanaca
8. Pojam hotelskog lanca
9. Definicija hotelskog lanca
10. Vrste hotelskih lanaca
11. Vodeći hotelski lanci u svetu
12. Pojam i vrste horizontalnog poslovnog povezivanja u hotelijerstvu
13. Direktna investiciona ulaganja
14. Pojam i suština franšizinga
15. Vrste franšizinga
16. Franšizne naknade
17. Prednosti i nedostaci franšizinga
18. Vodeći franšizeri u međunarodnom hotelijerstvu
19. Pojam i suština međunarodnog ugovora o menadžmentu
20. Osnovne vrste menadžment operatora
21. Osnovne specifičnosti ugovora o menadžmentu
22. Hotelske kompanije koje upravljaju najvećim brojem objekata
23. Menadžment naknade
24. Konzorcijumi
25. Globalne elektronske rezervacione mreže
26. Pojam i vrste vertikalnog poslovnog povezivanja u hotelijerstvu
27. Konglomerati
28. Globalni distributivni sistemi
29. Vizija, misija i osnovne vrednosti globalnih hotelskih korporacija
30. Pojam i osnovne komponente korporativne kulture
31. Osnovni tipovi korporativne kulture
32. Tradicionalni stilovi menadžmenta
33. Savremeni stilovi menadžmenta
34. Organizacioni aspekt zadovoljstva zaposlenih
35. Individualni aspekt zadovoljstva zaposlenih
36. Izmeritelji zadovoljstva zaposlenih
37. Specifičnosti zadovoljstva zaposlenih u hotelskim kompanijama

38. Briga za zaposlene
39. Privrženost kompaniji kao rezultat brige za zaposlene
40. Osnovni principi brige za zaposlene globalnih hotelskih korporacija
41. Ponašanje potrošača – model AIDA
42. Žalbe korisnika na kvalitet usluge
43. Tehnike pridobijanja korisnika
44. Pojam i osnovni faktori zadovoljstva korisnika
45. Vrednost usluge za korisnika
46. Merenje zadovoljstva korisnika – metoda ispitivanja
47. Merenje zadovoljstva korisnika – SERVQUAL model
48. Merenje zadovoljstva korisnika – Indeks zadovoljstva korisnika (CSI)
49. Pojam i suština lojalnosti
50. Osnovni tipovi lojalnosti korisnika
51. Apostol model lojalnosti korisnika
52. Pojam i vrste programa lojalnosti
53. Tržišna usmerenost programa lojalnosti
54. Efektivnost programa lojalnosti
55. Programi lojalnosti međunarodnih hotelskih lanaca
56. Unapređenje programa lojalnosti