***Ispitna pitanja iz predmeta Menadžment usluga***

**Poglavlje 1**

**POJAM I KARAKTERISTIKE USLUGA**

**Uvod**

1. Po čemu je karakteristična nova *globalna era usluga*?
2. Objasnite značaj savremenog uslužnog sektora.

**Definicija usluga**

1. Zbog čega nije uvek moguće napraviti jasnu razliku između roba i usluga?
2. Koja je razlika izmeđa roba, usluga i proizvoda?

**Skala tržišnih entiteta**

1. Šta je i šta prikazuje skala proizvoda?
2. Koji zaključci slede iz skale proizvoda?
3. Objasnite pojam uslužne marketing miopije.

**Definisanje iskustva korisnika usluga – Model fakora usluge (*Servuction model*)**

1. Opišite razliku između upoznavanja sa dominantno opipljivim i dominanto neopipljivim proizvodima.
2. Objasnite koncept koristi.
3. U čemu se sastoji suština marketinga?
4. Opišite Model faktora usluge.

**Uslužni ambijent**

1. Šta je sve karakteristično za uslužni ambijent?
2. Šta su ambijentalni uslovi?
3. Zbog čega je potrebno upravljati uslužnim ambijentom?

**Prijemno osoblje/pružaoci usluge**

1. Koja je razlika između prijemnog osoblja i pružalaca usluge?
2. Koje funkcije ima uslužno osoblje?
3. Na koji način uslužna organizacija može da se diferencira u odnosu na njoj slične organizacije?

**Drugi korisnici usluge**

1. Objasnite uticaj drugih korisnika na nečiji individualni doživljaj usluge.

**Nevidljiva organizacija i sistemi**

1. Koji je značaj nevidljivih komponenti tokom procesa pružanja usluga?
2. Koja je uloga nevidljive organizacije i sistema u jednoj uslužnoj organizaciji?
3. Sa kojom se idejom i pitanjima suočavaju mnoga savremena uslužna preduzeća?

**Razlozi za proučavanje usluga**

**Rast globalne uslužne privrede**

1. Koji su procesi obeležili savremeni svet?
2. Objasnite proces transformacije iz poljoprivrede, preko industrijske, u uslužnu privredu.
3. Kakav je uticaj globalnog ekonomskog rasta na uslužni sektor?

**Globalni rast broja zaposlenih u uslužnom sektoru**

1. Opišite trendove globalnog kretanja broja zaposlenih u uslužnom sektoru.
2. Koje su posledice globalnog rasta broja zaposlenih u uslužnom sektoru?

**Nastanak elektronskih usluga (e-usluga)**

1. Na koji je način razvoj Interneta uticao na savremene trendove poslovanja?
2. Šta je e-usluga?
3. Koje su prednosti samouslužnih tehnologija?

**Uslužujte zeleno: Održivost u sektoru usluga**

1. Objasnite pojam održivosti.
2. Zbog čega se može stvoriti uverenje da se ekološko poslovanje ne isplati?
3. Šta se podrazumeva pod terminom *slatka tačka*?
4. Navedite i objasnite oblasti u kojima savremene kompanije mogu da pronađu izvor svoje konkurentske prednosti.

**Poglavlje 2**

**GLAVNI SEKTORI USLUGA I ETIČKA RAZMATRANJA**

**Uvod**

1. Navedite glavne uslužne sektore.
2. Šta je društvena odgovornost?

**Šta je uslužna privreda?**

1. Šta čini uslužnu privredu?
2. Šta obuhvata primarni sektor?
3. Šta obuhvata sekundarni sektor?
4. Šta podrazumeva tercijarni sektor?
5. Koji akti čine pravni osnov za klasifikaciju uslužnih delatnosti u Republici Srbiji?

**Obrazovanje i zdravstvo**

1. Šta je karakteristično za sektor obrazovanja?
2. Šta obuhvata podsektor zdravstvene nege i socijalne pomoći?

**Javna uprava**

1. Šta je javna uprava?
2. Šta sve karakteriše državnu upravu?
3. Koje nivoe državne uprave poznajete?
4. Šta obuhvata državna uprava?
5. Koje organe državne uprave poznajete?
6. Koje sve poslove obavljaju organi državne uprave?
7. Šta karakteriše delatnost jednog ministarstva?
8. Koje sve usluge pruža Vlada Republike Srbije?
9. Koje usluge pružaju organi lokalne samouprave?
10. Šta je karakteristično za nedržavnu upravu u Srbiji?

**Sektor informisanja i komunikacija**

1. Šta obuhvata i koji su glavni subjekti sektora informisanja i komunikacija?

**Razonoda i ugostiteljstvo**

1. Šta čini sektor razonode i ugostiteljstva?
2. Šta sve čini podsektor umetnosti, zabave i rekreacije?
3. Šta obuhvata podsektor pripreme i služenja hrane i pića?
4. Šta čini podsektor hotela i drugih vrsta smeštaja?

**Profesionalne i poslovne usluge**

1. Šta obuhvata sektor profesionalnih i poslovnih usluga?
2. Šta možete reći o konsaltingu kao profesionalnoj usluzi?
3. Šta je karakteristično za podsektor oglašavanja i odnosa sa javnošću?
4. Šta je karakteristično za usluge zapošljavanja?
5. Šta je karakteristično za usluge naučnog istraživanja i razvoja?

**Transport, skladištenje i komunalne usluge**

1. Iz čega se sastoji sektor transporta, skladištenja i komunalnih usluga?
2. Šta je karakteristično za podsektor avioprevoza?
3. Šta karakteriše podsektor kamionskog prevoza i skladištenja?
4. Šta je karakteristično za podsektor komunalnih usluga?

**Veleprodaja i maloprodaja**

1. Šta karakteriše podsektor veleprodaje?
2. Šta karakteriše podsektor maloprodaje?
3. Šta karakteriše podsektor prehrambenih prodavnica?

**Ostale usluge**

1. Šta možete reći o sektoru ostalih usluga?
2. Koji je najbolji način za stvaranje i razvoj ideje o inovativnoj usluzi?

**Etička razmatranja u menadžmentu i marketingu usluga**

1. Šta je etička svest?

**Definicija etike**

1. Koja je razlika između etike i poslovne etike?
2. Koja je razlika između obične i etičke odluke?
3. Šta je i koje sve aktivnosti obuhvata kriminal *belih kragni*?

**Mogućnosti za neetičko ponašanje u menadžmentu i marketingu usluga**

1. Zbog čega se pojavljuju mogućnosti za neetičko ponašanje u menadžmentu i marketingu usluga?
2. Koje su implikacije činjenice da usluge nemaju mnogo unapred uočljivih atributa?
3. Koje su posledice tehničkih i specijalizovanih usluga?
4. Koje su implikacije vremenskog razmaka između pružanja i ocenjivanja usluge?
5. Koje su posledice činjenice da se usluge prodaju bez garancije i jemstva?
6. Koje su implikacije usluga koje pružaju zaposleni izvan prostorija uslužnog preduzeća?
7. Koje su posledice neminovne varijabilnosti u pružanju usluga?
8. Koje su implikacije sistema nagrađivanja koji je zasnovan na rezultatima?
9. Koje su posledice uključenosti korisnika u proces pružanja usluga?

**Pitanja koja dovode do etičkog sukoba**

1. Koja su najtipičnija etička pitanja sa kojima se menadžeri i zaposleni suočavaju u svom poslovanju?
2. Koje su etičke posledice sukoba interesa?
3. Kakav je karakter informacija u uslužnim procesima?
4. Zašto je bitno poštenje u procesu pružanja usluga?
5. Šta sve obuhvataju pitanja koja su vezana za poštenje?
6. Kakva je uloga pravednosti u isporuci usluga?
7. Kakva je priroda etičkih pitanja u komunikaciji uslužne organizacije sa javnošću?

**Efekti neetičkog ponašanja**

1. Koje su sve posledice neetičkog ponašanja?

**Kontrola etičkog odlučivanja**

1. Šta sve obuhvataju predlozi za upravljanje i kontrolu etičkog ponašanja?
2. Kakav je značaj socijalizacije zaposlenih?
3. Kakva je uloga etičkog kodeksa u kontroli etičkog ponašanja?
4. Koji je značaj korektivnih kontrolnih mera u kontroli etičkog ponašanja?
5. Kakva je uloga lidera u etičkom odlučivanju?
6. Zašto je bitno poznavanje usluga/proizvoda?
7. Koji je cilj praćenja učinaka zaposlenih?
8. Kakva je uloga dugoročnih odnosa sa korisnicima usluga?

**Poglavlje 3**

**JEDINSTVENE RAZLIKE IZMEĐU ROBE I USLUGA**

**1. Neopipljivost kao uzrok svih jedinstvenih razlika**

1. Na koji način se ocenjuju usluge i koje se informacije obično koriste pre njihove kupovine?

**Menadžment i marketinški izazovi koje donosi neopipljivost**

1. Koji menadžment i marketing izazovi proizilaze iz neopipljivosti usluga?
2. Koje su posledice nepostojanja zaliha usluga?
3. Koje su posledice nepostojanja patentne zaštite usluga?
4. Koje su implikacije činjenice da je teško prikazati i objasniti atribute usluga?
5. Koje su posledice činjenice da postoje teškoće pri formiranju cene usluga?

**Moguća rešenja za izazove neopipljivosti**

1. Koja je funkcija fizičkih elemenata i opipljivih znakova u procesu pružanja usluga?
2. Koja je uloga reklamnih slogana u procesu pružanja usluga?
3. Kakav je značaj ličnih izvora informacija u uslužnom procesu?
4. Šta su izvori usmene propagande i koja se strategija obično koristi u njihovom slučaju?
5. Šta nam možete reći o simuliranju usmene propagande?
6. Zašto uslužna organizacija ima potrebu za stvaranjem jakog imidža?
7. Šta sve obuhvataju tipične strategije pozicioniranja?
8. Šta je karakteristično za tradicionalne metode obračunavanja troškova?
9. Šta je ABC metod obračuna troškova?

**2. Neodvojivost – međusobna povezanost učesnika u procesu pružanja usluga**

1. Šta je kritična tačka u uslužnom procesu?

**Menadžment i marketinški izazovi neodvojivosti**

1. Nabrojte osnovne menadžment i marketinške izazove neodvojivosti.
2. Na osnovu čega korisnik može da procenjuje jednu uslugu?
3. Kakav je značaj zadovoljstva zaposlenih u jednom uslužnom preduzeću?
4. Na koji način može da varira učešće korisnika u uslužnom procesu?
5. Na koji način direktno učešće korisnika utiče na efikasnost uslužnog procesa?
6. Kakvi su menadžment izazovi koje donosi prisustvo drugih korisnika u procesu pružanja usluge?
7. Opišite problem masovnog pružanja usluga.

**Moguća rešenja za izazove neodvojivosti**

1. Koje se strategije predlažu za rešavanje izazova koje donosi neodvojivost?
2. Na koji način osoblje koje pruža uslugu može uticati na uslužni proces?
3. Koji je značaj menadžmenta ljudskih resursa u realizaciji kvalitetnog odnosa sa korisnicima usluge?
4. Koje su to *meke* veštine menadžmenta kojima treba da budu obučeni zaposleni u uslužnom procesu?
5. Koji je cilj efektivnog upravljanja korisnicima usluga?
6. Koja je svrha pružanja usluga na više lokacija?

**3. Heterogenost – varijabilnost u pružanju usluga**

1. Šta se podrazumeva pod pojmom heterogenosti usluga?
2. Koje su posledice heterogenosti usluga?
3. Kako obično može da varira kvalitet usluge?

**Marketinški i menadžment izazovi heterogenosti**

1. Koji su glavni izazovi heterogenosti usluga?

**Moguća rešenja za izazove heterogenosti**

1. Šta je strategija kastomizacije?
2. Koje su posledice primene strategije kastomizacije?
3. Koji su nedostaci kastomizacije?
4. Koji je cilj standardizacije usluga?
5. Na koje sve načine uslužne organizacije mogu da pokušaju da standardizuju svoje usluge i da time smanje varijacije u uslužnom procesu?
6. Koje su prednosti i nedostaci standardizacije?

**4. Netrajnost – uspostavljanje ravnoteže ponude i tražnje**

1. Šta odražava netrajnost usluga?
2. Šta omogućavaju sistemi kontrole kvaliteta u uslužnim organizacijama?
3. Kakav je odnos između marketinškog i proizvodnog odeljenja u uslužnim organizacijama?

**Marketinški i menadžment izazovi netrajnosti**

1. Kakav je karakter tražnje za uslugama?
2. Koje su posledice situacije u kojoj tražnja prevazilazi ponudu usluga?
3. Koje su posledice situacije kada tražnja prevazilazi optimalni nivo ponude usluga?
4. Šta je karakteristično za okolnosti u kojima postoji niža tražnja u odnosu na optimalni nivo ponude?
5. Šta se dešava kada su ponuda i tražnja za uslugama na optimalnom nivou?

**Moguća rešenja za izazove netrajnosti**

**Strategije upravljanja tražnjom**

1. Šta je karakteristično za strategiju kreativnog formiranja cena?
2. Koji su efekti strategije kreativnog formiranja cena?
3. Koje su prednosti sistema za rezervaciju?
4. Koji su nedostaci sistema za rezervaciju?
5. Koja je svrha komplementarnih usluga?
6. Objasnite strategiju efektivne upotrebe perioda niske tražnje.

**Strategije upravljanja ponudom**

1. Koji je cilj angažovanja zaposlenih sa nepunim radnim vremenom?
2. Koje su prednosti i nedostaci angažovanja zaposlenih sa nepunim radnim vremenom?
3. Koji je cilj deljenja kapaciteta?
4. Kakva je uloga posrednika u rešavanju izazova netrajnosti usluga?
5. Koje su prednosti i nedostaci povećanja učešća korisnika usluge?

**Poglavlje 4**

**PROCES ODLUČIVANJA U KUPOVINI USLUGA**

**Proces odlučivanja potrošača u kupovini usluga**

1. Koje su osnovne faze procesa odlučivanja u kupovini usluga?
2. Navedite podfaze anticipativne faze procesa odlučivanja o kupovini usluga.

**I Faza pre kupovine (anticipativna faza) – Stimulans**

1. Šta je anticipativna faza u procesu donošenja odluke o kupovini?
2. Šta je stimulans?
3. Koja je razlika između komercijalnih, socijalnih i fizioloških stimulansa?

**I Faza pre kupovine (anticipativna faza) – Prepoznavanje problema**

1. Objasnite podfazu prepoznavanja problema.
2. Koja je razlika između potreba i htenja?
3. Na čemu se zasniva podfaza prepoznavanja problema?

**I Faza pre kupovine (anticipativna faza) – Traženje informacija**

1. Objasnite podfazu traženja informacija.
2. Objasnite razliku između skupa prepoznatljivih i skupa evociranih alternativa.
3. Objasnite skup alternativa za razmatranje.
4. Koja je razlika između internog i eksternog istraživanja?
5. Kako teče proces selekcije alternativa?

**I Faza pre kupovine (anticipativna faza) – Procena alternativa**

1. Koja je razlika između nesistematske i sistematske procene alternativa?
2. Šta je karakteristično za modele sa više atributa i koje su njihove prednosti?

**II Faza potrošnje – Izbor**

1. Definišite proces potrošnje.
2. Šta sve menadžeri treba da znaju kada se radi o fazi potrošnje?

**III Faza posle kupovine (retrospektivna faza) – Ocena izabranog proizvoda**

1. Šta je kognitivna disonanca i kako se ona umanjuje?