Dragi studenti, u nastavku sledi nekoliko ključnih informacija u vezi sa načinom polaganja ispita iz predmeta Marketing u turizmu.

* Ispit polažete u junskom ispitnom roku.
* Na ispitu dobijate10 ispitnih pitanja.
* Uslov za izlazak na ispit je 23 predispitna poena.
* Gradivo za spremanje ispita nalazi se na stranicama profesorice Nataše Pavlović (klasična forma prezentacija) i asistentkinje Dragane Gašević (u formi pitanje – odgovor).
* Studenti koji nisu položili redovan on-line kolokvijum na dan ispita mogu da polažu popravni kolokvijum pred septembarski ispitni rok.

Za sva pitanja stojimo na raspolaganju.

Profesorica Nataša Pavlović

Asistentkinja Dragana Gašević

Novi Sad, 12.06.2020.

Spisak ispitnih pitanja

1. Navedite osnovne promene u pristupu korišćenju marketinga pod uticajem razvoja informaciono-komunikacione tehnologije.
2. Navedite ključne prodore u primeni informaciono-komunikacione tehnologije vezane za oblast turizma i hotelijerstva.
3. Obrazložite uticaje informacione i komunikacione tehnologije na marketinške aktivnosti u turizmu i hotelijerstvu?
4. Koje su ključne karakteristike digitalnog doba?
5. Objasnite važnost inovacija u turizmu.
6. Šta se podrazumeva pod pojmom disruptivnih inovacija u turizmu?
7. Koje su osnovne razlike digitalnih u odnosu na „tradicionalne“ medije?
8. Na koji se način tehnološke promene odražavaju na ponašanje potrošača?
9. Kako se objašnjava ponašanje potrošača, posebno pod uticajem delovanja digitalnih medija?
10. Koji su ključni trendovi u vezi sa odnosom između razvoja tehnologije i ponašanja potrošača na turističkom tržištu?
11. U čemu je značaj analize i predviđanja činilaca iz marketinškog okruženja?
12. U čemu je bitna razlika između mikromarketinškog i makromarketinškog okruženja?
13. Koji su glavni faktori koji određuju značaj mikromarketinškog okruženja?
14. Izdvojite ključne činioce na proces uticaja na ponašanje potrošača na turističkom tržištu.
15. Na koji se način mogu klasifikovati preduzeća na osnovu položaja prema konkurentima?
16. Koji činioci imaju preovlađujući značaj u okviru makromarketinškog okruženja?
17. Izdvojite karakteristike makromarketinškog okruženja koje smatrate bitnim za razvoj turizma.
18. Navesti moguće reakcije preduzeća na događaje iz okruženja.
19. Definisati MIS.
20. Navesti podsisteme MIS-a.
21. Navesti faze u razvoju informacionih sistema
22. Koja su najvažnija područja istraživanja turističkog tržišta?
23. Navesti osnovne faze procesa marketing istraživanja.
24. Objasniti razliku između primarnih i sekundarnih izvora podataka u procesu marketinškog istraživanja.
25. Pojam turističkog proizvoda.
26. Šta je parcijalni turistički proizvod?
27. Šta je integralni turistički proizvod?
28. Objasniti različite pristupe definisanju pojma turističkog proizvoda.
29. Predstaviti sadržaj osnovnih elemenata objedinjenog turističkog proizvoda na primeru konkretne turističke destinacije.
30. Navedite i ilustrujte konkretnim primerima osnovne nivoe turističkog proizvoda hotelskog preduzeća.
31. Objasniti koncept životnog ciklusa konkretnog turističkog preduzeća.
32. Objasniti koncept evolucionog ciklusa na primeru konkretne turističke destinacije.
33. Prikazati konkretan primer korišćenja marketing strategija u zavisnosti od faze životnog/evolucionog ciklusa.
34. Objasniti način uticaja internih činilaca na formiranje cena.
35. Objasniti način uticaja eksternih činilaca na formiranje cena.
36. Objasniti način uticaja pojedinih činilaca na formiranje cena konkretnog turističkog odnosno hotelskog preduzeća?
37. Analizirajte mesto i ulogu diferenciranja/diskriminacije prilikom formiranja cena na primeru konkretnog turističkog preduzeća.
38. Navesti metode formiranja cena.
39. Uloga promocije u procesu donošenja odluke o preduzimanju turističkog putovanja.
40. Šta je WOM?
41. Šta podrazumevamo pod pojmom promotivnih aktivnosti?
42. Nabrojte faze oblikovanja plana promotivnih aktivnosti.
43. Šta su SMART uslovi vezani za ciljeve preduzeća?
44. Objasnite metode utvrđivanja promotivnog budžeta.
45. Objasnite i navedite medije u oglašavanju.
46. Navedite i objasnite vizuelne medije.
47. Šta je unapređenje prodaje i koje su karakteristike njenih oblika?
48. Šta je PR i Publicitet?
49. Navedite i objasnite kategorije on-line marketing komunikacija.
50. Navedite i objasnite društvene medije.
51. Šta je mobilni marketing?
52. Šta je direktni marketing?
53. Šta je data base marketing?
54. Koje su osnovne funkcije kanala distribucije?
55. Navesti prednosti i mane tradicionalnih distibutivnih sistema u turizmu.
56. Prednosti i mane direktne prodaje u turizmu.
57. Prednosti i nedostaci indirektne prodaje u turizmu.
58. Šta je masovna, selektivna i intenzivna prodaja? Navesti primere konkretnih destinacijskih proizvoda.
59. Objasnite pristupe u primeni marketinga turoperatora, turističkih agencija, hotela i saobraćjnih preduzeća (taktički i strategijski).
60. Šta su prekomerni turizam, demarketing, iskustveni turizam, odgovorni marketing.