**ORIJENTACIONA PITANJA ZA KOLOKVIJUM IZ MENADŽMENTA TURISTIČKIH I HOTELIJERSKIH PREDUZEĆA:**

1. Šta obuhvata rast preduzeća?

2. Šta se podrazumeva pod pojmom razvoj preduzeća?

3. Kakvi su odnosi između ponude i tražnje na turističkom tržištu?

4. Kakva je turistička tražnja sa aspekta elastičnosti?

5. Kakva je turistička ponuda sa aspekta elastičnosti?

6. Na koje faktore turistička tražnja pokazuje visoku elastičnost (dve grupe faktora)?

7. U okviru grupe ekonomskih faktora elastičnosti turističke tražnje koje se vrste elastičnosti razlikuju?

8. Šta obuhvataju oblici primarne elastičnosti turističke tražnje?

9. Koje elastičnosti se izvode iz elastičnosti na cene turističkih usluga i predstavljaju njene transformisane oblike?

10. Šta obuhvata sekundarna elastičnost turističke tražnje?

11. Na šta se odnosi elastičnost turističke tražnje na vanekonomske faktore?

12. Navedite neke od psiholoških faktora koji utiču na promene turističke tražnje?

13. Navedite neke od faktora okruženja (to jest prirodne i društvene sredine) koji utiču na promene turističke tražnje?

14. U privredno razvijenim zemljam,a kada dođe do rasta prihoda domaćinstava, šta se dešava sa izdacima za turistička putovanja?

15. Kako se mogu objasniti pojave da do rastuće turističke tražnje dođe u periodu privredne recesije ili do opadajuće tražnje u periodima konjunkturnih uspona?

16. Da li promene cena osnovnih turističkih usluga utiču podjednago na sve tržišne segmente koji posećuju turističku destinaciju? Objasnite na primeru dva segmenta.

17. Šta se podrazumeva pod pojmom konkurentska elastičnost?

18. Šta se podrazumeva pod pojmom interna elastičnost?

19. Šta se podrazumeva pod pojmom supstitucionalna elastičnost?

20. Kakva kretanja beleže cene turističkih usluga i tražnja u periodu turističke sezone? Objasnite.

21. Kakva kretanja beleže cene turističkih usluga i tražnja u periodu turističke vansezone? Objasnite.

22. Šta je osnovni cilj koji sebi postavljaju turistička preduzeća u sezoni?

23. Gubitak koji turistička preduzeća beleže u periodu vansezone je posledica kojih faktora odnosno okolnosti?

24. Da li je turistička tražnja HOMOGENA ili HETEROGENA? Zaokružite odgovor.

25. Kako se ispoljava tržišna raznolikost (heterogenost) turističke tražnje?

26. Turistički potrošač svako putovanje ocenjuje i vrednuje kao \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ proizvod. Dopunite.

27. Potrošači u turizmu u tržišnoj razmeni ne uvažavaju samo količinu usluga koju po određenoj ceni dobijaju za svoj novac, već i \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tih usluga. Dopunite.

28. Turistička tražnja je MOBILNA ili IMOBILNA. Zaokružite tačan odgovor i objasnite.

29. Navedite tri osnovne grupe faktora turističke ponude?

30. Turistička ponuda je ELASTIČNA ili NEELASTIČNA. Zaokružite tačan odgovor.

31. Objasnite osnovne uzroke neelastičnosti turističke ponude?

32. Navedite dva osnovna područja u kojima se ispoljavaju promene u poslovnoj orijentaciji hotelskih preduzeća?

33. Šta podrazumeva internacionalizacija i globalizacija poslovanja?

34. Na koje se sve načine hotelska preduzeća uključuju u međunarodne poslovne aktivnosti?

35. Prilagođavanje svih aktivnosti preduzeća zahtevima tražnje i uopšte, tržišnim tendencijama se posebno ogleda u....?

36. Na kakvu organizacionu strukturu i funkcionisanje upućuje izraz „lanci“ u pojmu međunarodni hotelski lanci? Objasnite.

37. Objasnite i opišite *period – do 70-ih godina* prošlog veka, sa aspekta rasta i razvoja hotelskih lanaca u svetu?

38. Objasnite i opišite *period – od 70-ih do 90-ih godina*, sa aspekta rasta i razvoja hotelskih lanaca u svetu?

39. Objasnite i opišite *period – od 90-ih naovamo,* sa aspekta rasta i razvoja hotelskih lanaca u svetu?

40. Po metodologiji Hotels-a, hotelski lanci se dele na sledeće dve vrste.......?

41. Objasnite čime se bave Upravljačke kompanije (kompanije za menadžment – Management Companies)?

42. U koje dve osnovne grupe se mogu podeliti faktori nastanka međunarodnih hotelskih lanaca?

43. Šta se podrazumeva pod eksternim faktorima nastanka međunarodnih hotelskih lanaca?

44. Navedite najznačajnije eksterne faktore nastanka međunarodnih hotelskih lanaca?

45. Objasnite interne faktore nastanka međunarodnih hotelskih lanaca (čime su opredeljeni)?

46. Po čemu se prepoznaju (identifikuju) korporativni hotelski lanci?

47. Šta se podrazumeva pod pojmom marka (brend)?

48. Šta se podrazumeva pod pojmom zaštitni znak?

49. Šta se podrazumeva pod tzv. brendom portfolia korporativnih hotelskih lanaca?

50. Prema Medliku i Ingramu, prednosti uključivanja u hotelske lance se grupišu na sledeće vrste ušteda....? Navedite.

51. Šta je osnovna delatnost (aktivnost) dobrovoljnih lanaca/udruženja?

52. Koji se nazivi koriste za označavanje dobrovoljnih lanaca/udruženja?

53. Navedite osnovne aktivnosti dobrovoljnih lanaca koje oni stalno unapređuju?

54. Kroz koje osnovne uslove se obezbeđuje funkcionisanje konzorcijuma?

**Napomena:** Gradivo za pripremu kolokvijuma je udžbenik: Čačić, K. „Poslovanje hotelskih preduzeća“, glava II i glava III.