

ИСПИТНА ПИТАЊА ИЗ ПРЕДМЕТА МЕЂУНАРОДНИ ЛАНЦИ У ХОТЕЛИЈЕРСТВУ

1. Етапе развоја МХЛ
2. Екстерни фактори експанзије МХЛ
3. Периодизација развоја МХЛ (са експанзијом МХЛ на почетку трећег миленијума)
4. Капацитет и географска структура МХЛ
5. Тржишна оријентација хотелских ланаца (стратегије раста)
6. Територијална распрострањеност МХЛ
7. Појмовно одређење и врсте хотелских ланаца
8. Хоризонтални тип пословне сарадње (са директним инвестиционим улагањима)
9. Зачеци и историјат франшизинга, Појам и суштина франшизинга и Врсте франшизинга
10. Франшизне накнаде
11. Предности и недостаци франшизинга и водећи светски франшизери (и у хотелијерству)
12. Међународни уговор о менаџменту (појам, суштина, врсте оператора, специфичности)
13. Конзорцијуми и Глобалне електронске резервационе мреже
14. Вертикални тип пословне сарадње
15. Конгломерати и Глобални дистрибутивни системи
16. Визија, мисија и основне вредности као полазне претпоставке успешног менаџмента
17. Пословна етика као основ корпоративне културе
18. Појам и основне компоненте корпоративне културе
19. Основни типови пословне културе
20. Предузетништво, лидерство, менаџмент и Процес доношења одлука
21. Традиционални стилови менаџмента (са критичким приступом)
22. Савремени стилови менаџмента (са критичким приступом)
23. Утицај стилова менаџмента на ефективност и ефикасност пословања и Пословна култура и стил као полазне претпоставке изградње препознатљивог корпоративног имиџа
24. Појам, врсте и развој знања
25. Интелектуални капитал организације
26. Компетентност запослених
27. Обучавање и развој знања као основ повећања компетентности
28. Организација која учи
29. Тимско учење и тимски рад
30. Однос према запосленима (са Мотивацијом особља)
31. Задовољство запослених (са Мерењем задовољства запослених и Специфичностима задовољства запослених у хотелским компанијама)
32. Брига за запослене (са Приврженошћу компанији и Основним принципима бриге за запослене у водећим светским хотелским корпорацијама).
33. Усмереност на корисника у пословању МХЛ (са сегментацијом тржишта)
34. Познавање понашања потрошача (модел понашања потрошача) и Реакције корисника на квалитет услуге
35. Технике придобијања корисника
36. Задовољство корисника (са Вредношћу услуге за корисника)
37. Методе и технике мерења задовољства корисника
38. Појам и суштина лојалности и Нивелисање и типизација лојалности
39. Појам и врсте програма лојалности и Тржишна усмереност програма лојалности
40. Мерење лојалности
41. Програми лојалности МХЛ и Унапређење програма лојалности

42. Појмовно одређење бренда и Разлика између производа или услуге у бренда
43. Идентитет бренда (са елементима идентитета)
44. Основни термини и изрази у вези са брендом
45. Квалитативне особине бренда
46. Дугорочна вредност бренда (Визија бренда, Актуелизација бренда и Интерно брендирање)
47. Стратегијски приступ бренду
48. Основна правила брендирања
49. Друштвена одговорност МХЛ (сви поднаслови)
50. Marriott International
51. Jin Jiang International Holdings (заједно са Louvre Hotel Group)
52. Oyo Rooms
53. Hilton Worldwide
54. IHG (InterContinental Hotels Group)
55. Wyndham Hotel Group
56. AccorHotels
57. Choice Hotels International
58. Huazhu Group Ltd. (бивша China Lodging Group)
59. BTG Homeinns Hotels (Group) Co.
60. Best Western Hotels&Resorts
61. Hyatt Hotels Corp.