

Menadžment u turizmu i hotelijerstvu (Ispitna pitanja)

Predmetni nastavnik: dr Svetlana Vukosav

školska 2021/2022

1. Definisanje turizma, ugostiteljstva i hotelijerstva kao privredne delatnosti
2. Pojam i značaj menadžmenta
3. Pet ključnih karakteristika menadžmenta
4. Funkcije menadžmenta
5. Nivoi menadžmenta i sposobnosti menadžera
6. Donošenje i proces menadžerskih odluka u turizmu i hotelijerstvu
7. Specifičnosti menadžera u turizmu i hotelijerstvu
8. Uloga menadžera lidera u turističkim i hotelskim preduzećima
9. Kompleksnost menadžmeta u turizmu i hotelijerstvu
10. Objasniti sliku 10. (Model integralnog menadžmenta u turizmu)
11. Definisanje i značaj kvaliteta turističkih usluga
12. Tehničke i funkcionalne dimenzije kvaliteta usluga
13. Preoblikovanje poslovnih procesa i organizacija koja uči
14. Tipovi turističkih i hotelskih preduzeća
15. Karakteristike turističkih i hotelskih preduzeća
16. Uticaj osobenosti i karakteristika usluga u hotelsko-turističkim preduzećima na njihov menadžment
17. Značaj profesionalnog menadžmenta
18. Uspješnost menadžmenta malog i srednjeg preduzeća u tur. i hot.
19. Menadžment i vlasništvo
20. Prilagođavanje menadžmenta malih i srednjih preduzeća u turizmu i hotelijerstvu savremenom poslovnom okruženju
21. Struktura korišćenja radnog vremena menadžera u malim i srednjim preduzećima u turizmu i hotelijerstvu
22. Organizaciono-tehnološki aspekti upravljanja poslovanjem hotelskog preduzeća
23. Upravljanje sektorom smeštaja
24. Upravljanje sektorom hrane i pića
25. Ostale hotelske službe
26. Pojam strategije i strategijskog menadžmenta u turizmu i hotelijerstvu
27. Objasniti proces strategijskog menadžmenta (slika 1)
28. Analiza sredine (SWOT analiza i TOWS matrica)
29. Primena SWOT analize i TOWS matrice na (primer hotelsko preduzeće)
30. Misija i vizija
31. Definisanje misije i razvojne vizije (primer hotelskog preduzeća)
32. Ciljevi preduzeća
33. Srateški i taktički ciljevi
34. Poslovni plan
35. Proces oblikovanja (formulisanja) strategije u turističkim i hotelijerskim preduzećima
36. Ofanzivne strategije i strategije rasta
37. Defanzivne i generičke strategije
38. Turistička destinacija- ključni element u sistemu turizma
39. Koncepti turističke destinacije
40. Elementi turističke destinacije
41. Vrste turističkih destinacija
42. Dinamika razvoja i životni ciklus destinacije
43. Podmaldivanje destinacija masovnog turizma
44. Učesnici u razvoju destinacije
45. Pet stubova destinacijskog menadžmenta
46. Organizacija za upravljanje destinacijom
47. Pojam konkurentnosti destinacije
48. Modeli konkurentnosti
49. Utvrđivanje konkurentnosti
50. Benčmarking turističke destinacije
51. Pojam strategijskog upravljanja turističkom destinacijom
52. Strategija segmentacije turističkog tržišta
53. Strategija diferenciranja turističkog proizvoda destinacije
54. Strategija profilisanja imidža i pozicioniranja turističke destinacije
55. Strategija turističkog proizvoda turističke destinacije
56. Strategija cena turističke destinacije
57. Strategija promocije turističke destinacije
58. Strategija kanala prodaje turističke destinacije
59. Proces menadžmenta ljudskih resursa (objasniti grafikon 1)
60. Regrutovanje
61. Selekcija
62. Obuka
63. Procena radnog učinka
64. Nadoknade za zaposlene i prestanak radnog odnosa
65. Definicija ponašanja potrošača
66. Kategorije potrošnje (funkcionalna i emocionalna)
67. Kategorije kupovine
68. Ključni psihološki procesi
69. Tipovi potrošača i modeli procesa odlučivanja
70. Tipovi ponašanja pri kupovini

71. Model petostepenog procesa odlučivanja
72. Menadžment odnosa sa potrošačima
73. Stvaranje jakih veza sa potrošačima
74. Marketing odnosa
75. Uloga države u turizmu
76. Državni organi i turizam
77. Intervencija državnih organa i obavljanje turističkih funkcija
78. Intervencija državnih organa u oblasti turizma u Srbiji
79. Turistička politika