

ИСПИТНА ПИТАЊА
-ЕКОНОМИКА ТУРИЗМА-

1. Појам туризма, економски значај и улога туризма
2. Разматрање категорије потрошача у туризму
3. Туризам као привредна делатност
4. Друштвени и политички значај и улога туризма
5. Економски значај и улога туризма
6. Директан утицај туризма на привреду
7. Утицај туризма на запосленост, платни биланс и индиректан утицај
8. Мултипликативни утицај туризма на привреду
9. Карактеристике туристичке услуге
10. Саобраћај као организациони облик пружања туристичких услуга
11. Организациони облици пружања туристичких услуга везаних за туристичко место
12. Организациони облици посредовања у реализацији туристичких путовања
13. Организациони облици интеграције у области туристичке привреде
14. Друштвене туристичке организације
15. Основи туристичке политике и организациони облици деловања државе у развоју туризма (Унковић, 110-112)
16. Туристичке потребе и туристичка потрошња (Унковић, 139-145)
17. Маркетинг концепција и њена примена у туризму
18. Нови маркетинг концепт – релациони маркетинг
19. Савремене концепције маркетинга – Релације са туристима
20. Савремене концепције маркетинга – Интерне релације – Релације са запосленима
21. Савремене концепције маркетинга – Релације међу партнерима
22. Савремене концепције маркетинга – Релације са спонзорима
23. Релација са окружењем – Друштвени маркетинг
24. Сегментација туристичког тржишта
25. Карактеристике туристичког тржишта (Унковић, 145-146)
26. Фактори туристичке тражње
27. Туристичка понуда и фактори који је условљавају (Унковић, 160-162)
28. Општи приступ истраживању туристичког тржишта (Унковић, 172-175)
29. Садржај истраживања туристичког тржишта (Унковић, 175-176)
30. Ниво истраживања туристичког тржишта (Унковић, 176-178)
31. Значај истраживања туристичког тржишта (Унковић, 178)
32. Методе истраживања туристичког тржишта (Унковић, 178-179)
33. Квантитативне методе истраживања туристичког тржишта – линеарна и логаритамска регресија
34. Квантитативне методе истраживања туристичког тржишта – степена регресија
35. Квалитативне методе истраживања тржишта – дубински интервју (Унковић, 188-193)
36. Туристичка пропаганда, појам и опште карактеристике
37. Односи са јавношћу
38. Врсте туристичке пропаганде
39. Принципи туристичке пропаганде
40. Средства туристичке пропаганде
41. Основе планирања и стратегије туристичке пропаганде
42. Учешће важнијих земаља у међународном туризму
43. Положај и перспективе Европе у међународном туризму
44. Карактеристике развоја међународног туризма и туристичке политике Шпаније
45. Карактеристике развоја међународног туризма и туристичке политике Италије
46. Карактеристике развоја међународног туризма и туристичке политике Грчке
47. Карактеристике развоја међународног туризма и туристичке политике Аустрије

48. Међународне туристичке организације и удружења (Унковић, 124-127)
49. Трендови у међународном туризму од значаја за развој туризма у Србији (Унковић, 439-444)
50. Основни видови туризма (Унковић, 444-446)
51. Основне претпоставке даљег развоја туризма у Србији
52. Организација за управљање организацијом
53. Компетитивност туристичке дестинације
54. Модел животног циклуса
55. Бухалисов модел животног циклуса
56. Типови компетитивности
57. Компаративне и компетитивне предности туристичке дестинације
58. Модел Ritschie–а и Stouch–а компетитивности туристичке дестинације
59. Портфолио матрице
60. BCG матрица
61. Приступ Mc/Kinsey/GE
62. ADL приступ - портфолио матрица животног циклуса

Литература:

М. Недељковић, *Економика туризма – одабрана поглавља*, Нови Сад, 2011. – скрипта
С. Унковић, Б. Зечевић, *Економика туризма*, Економски факултет у Београду, 2007.

Напомена: Црвеном бојом су означена питања којих су ослобођени студенти на завршном испиту, уколико имају положен колоквијум.