

## PITANJA –MARKETING USLUGA

1. Usluga kao predmet ekonomske nauke
2. Značaj usluga u savremenoj privredi
3. Pomeranje od proizvoda ka uslugama
4. Mitovi i realnosti vezani za usluge
5. Faktori koji su doveli do rasta sektora usluga
6. Definisane i domen usluga
7. Karakteristike usluga
8. Klasifikacija usluga
9. Ciljevi marketinga u domenu usluga
10. Komponente integrisane strategije usluga
11. Trougao marketinga usluga
12. Proces usluge
13. Model sistema usluge
14. Dizajn procesa usluge
15. Prikaz procesa usluge
16. Upravljanje uslužnim susretima
17. Interaktivni marketing
18. Mogućnosti integracije kupca u uslužni process
19. Uloga ostalih kupaca u u uslužnom susretu
20. Kritični događaji u uslužnom susretu
21. Problem nedoličnog ponašanja kupaca i zaposlenog osoblja
22. Definisane prirode uslužne ponude
23. Razvoj nove usluge
24. Proces razvoja nove usluge
25. Kreiranje marke uslužne organizacije
26. Dopunske usluge
27. Modifikacija i eliminisanje uslužne ponude
28. Politika programa uslužne ponude
29. Značaj fizičkog dokaza usluge
30. Vrste uslužnih miljea
31. Strategijske uloge uslužnog miljea
32. Reagovanje potrošača na okruženje usluge
33. Dimenzije uslužnog miljea
34. Priroda i značaj cene usluga
35. Razlika u formiranju cena za proizvode i usluge
36. Ciljevi, faktori i metodi formiranja cena
37. Strategije cena
38. Formiranje cena u javnom sektoru
39. Formiranje cena na internom tržištu
40. Uloga marketinga komuniciranja na tržištu usluga
41. Oblici marketinga komuniciranja
42. Strategije marketinga komuniciranja na tržištu usluga
43. Specifičnosti kanala marketinga usluga
44. Strategije kanala marketinga usluga
45. Upravljanje kapacitetom usluga
46. Zakonitosti i faktori tražnje
47. Strategije za usklađivanje kapaciteta i tražnje
48. Yield management
49. Strategije redova čekanja
50. Različite interpretacije kvaliteta usluga

51. Dimenzije kvaliteta usluga
52. Standardi kvaliteta usluga
53. Merenje kvaliteta usluga
54. Strategijsko upravljanje kvalitetom usluga
55. Uloge i značaj zaposlenih u uslužnoj ponudi
56. Uloge premošćavanja granice
57. Rekrutovanje uslužnog osoblja
58. Obuka i usavršavanje uslužnog osoblja
59. Zadržavanje najboljeg osoblja
60. Interni marketing