Marketing u turizmu – pitanja 1. krug

1. **Što je marketing?**

* Marketing je upravljački proces koji identificira, predviđa i zadovoljava potrebe i želje potrošača ostvarujući profit

1. **Što je marketing u turizmu?**

* Budući turizam spada u aktivnosti temeljene na slobodnom vremenu, marketing u turizmu je marketing slobodnog vremena.

1. **Što (koga) obuhvaća marketing?**

* marketing obuhvaća proizvođača, potrošača i distributera (kao posrednika u procesu razmjene)

1. **Koji su osnovni koncepti marketinga? (3)**

* usmjerenost poslovnih aktivnosti na potrošača – primjer sa stolom u sobi hotela postavljenim radi poslovnih gostiju
* prilagođavanje uvjetima okruženja – primjer s hotelom koji je obnovio dvoranu i stavio ju u ponudu jer je susjedni hotel u ponudu stavio tenis terene
* provođenje poslovne ideje u djelo – provođenje marketinškog plana u djelo na razini cijelog poduzeća

1. **Koje su poslovne koncepcije marketinga?**

* koncepcija proizvodnje, proizvoda, prodaje, marketinga i holističkog marketinga

1. **Objasni koncepciju PROIZVODNJE i navedi primjer.**

* naglasak na masovnoj proizvodnji jeftinih proizvoda dostupnih svima – primjer Ford T model i „no name” proizvođači

1. **Objasni koncepciju PROIZVODA i navedi primjer.**

* usavršava se proizvod (naglasak na kvaliteti proizvoda)
* smatra se da proizvod sam pronalazi kupca<br>- zanemaruju se potrebe i želje kupaca
* primjer s proizvođačima satova i restoranom specijaliziranim u pečenim rebarcima

1. **Objasni koncepciju PRODAJE i navedi primjer.**

* ova koncepcija nastaje s pojavom konkurencije
* tvrtke se koriste agresivnom prodajom i jakim promocijskim aktivnostima, jer jedini cilj je prodaja
* koncepcija prodaje ima kratkotrajno djelovanje jer se gleda trenutna prodaja, a zanemaruju se potrebe kupaca
* koristi se kod proizvoda koji se obično nemaju namjeru kupiti (npr. enciklopedije, osiguranje i sl.)

1. **Objasni koncepciju MARKETINGA i navedi primjer.**

* ova koncepcija naglašava potrošača
* proizvodi i usluge se prilagođavaju potrošačima
* ciljevi tvrtke mogu se postići tako da se uoče potrebe i želje potrošača i da se one zadovolje učinkovitije i djelotvornije nego što to čini konkurencija
* primjer IKEA, Zappos, proizvođači automobila i dr.

1. **Objasni HOLISTIČKI marketing.**

* holistički marketing se zasniva na konceptu „sve je važno”. Nastoji povezati četiri komponente: marketing odnosa, interni marketing, integrirani marketing i društveno odgovoran marketing

1. **Objasni DURŠTVENO ODGOVORAN marketing i navedi primjer.**

* društveno odgovoran marketing naglašava interes potrošača i društva
* marketing se treba temeljiti na društvenoj odgovornosti te brizi o zaštiti okoliša i ograničenim prirodnim resursima
* primjer kampanja *Moja prva mamografija*, reklame protiv pušenja, protiv nošenja krzna...

1. **Objasni ZELENI marketing i navedi primjer.**

* kao marketinška strategija koristi se isticanje ekološke osviještenosti
* primjer Disney World (recikliranje vode, papira, limenki, krpa…), hotel koji je promijenio šalice iz plastičnih u višekratne i uštedio 6000 USD

1. **Što je tržište?**

* mjesto sučeljavanja ponude i potražnje i formiranja cijena

1. **Koji su preduvjeti tržišne razmjene? (5)**

* u razmjeni moraju uvijek postojati najmanje dvije strane
* 2. svaka strana ima nešto što je od vrijednosti drugoj strani
* 3. svaka je strana sposobna komunicirati i izvršiti dogovoreno
* 4. svaka je strana slobodna prihvatiti ili odbiti ponuđenu razmjenu
* 5. svaka strana vjeruje da je prihvatljivo i poželjno poslovati s drugom stranom

1. **Što su potrebe a što želje? Navedi primjer.**

* potrebe – stanje doživljene uskraćenosti (fizičke, socijalne, osobne)
* želje su žudnje za posebnim, specifičnim zadovoljenjem nastalih potreba
* želje su mijenjaju pod društvenim utjecajem
* ljudi različite potrebe zadovoljavaju na različite načine
* npr. potrebu za hranom ili potreba za stanom

1. **Na Maslowljevoj ljestvici ljudskih potreba, što uključuje potrebe NIŽEG reda?**

* fiziološke potrebe (hrana, zrak, voda, toplina…)
* potrebe za sigurnošću i zaštitom (zaštita, stabilnost, nevisnost…)

1. **Na Maslowljevoj ljestvici ljudskih potreba, što uključuje potrebe VIŠEG reda?**

* društvene potrebe (ljubav, prijateljstvo, pripadanje grupi…)
* potrebe ličnosti (samopoštovanje, status, ugled…)
* potrebe za samoostvarenjem (samoispunjenje)

1. **Koje su komponente marketinškog miksa (spleta)? (4)**
   * proizvod, promocija, cijena i distribucija
2. **Navedi jedan primjer za glokalizaciju.**
   * npr. Coca-cola s imenom ili McDonalds prilagođen muslimanima ili hinduistima
3. **Koje su glavne značajke GERILSKOG marketinga? Navedi primjer.**

* nekonvencionalno
* brzo i jeftino
* šokantno ali djelotvorno
* veliki adut gerilskog marketinga je usmena predaja