**Marketing u turizmu** – 2. krug ispitivanja

1. Od čega se sastoji marketinško okruženje?
   * sastoji se od mikro i makro okruženja
2. Kakav je odnos između tvrtke i njenog mikrookruženja?
   * tvrtka može utjecati i utječe na svoje mikrookruženje
3. Kakav je odnos između tvrtke i njenog makrookruženja?
   * tvrtka ne može utjecati na svoje makrookruženje već mu se prilagođava
4. Od čega se sastoji mikrookruženje?
   * sastoji se od same tvrtke, opskrbljivača (dobavljača), marketinških posrednika, kupaca, konkurencije i javnosti
5. Od čega se sastoji makrookruženje?
   * sastoji se od demografskog, gospodarskog, prirodnog, tehnološkog, političkog i kulturnog okruženja
6. Što čini tvrtku kao element mikrookruženja?
   * tvrtku kao element mikrookruženja čine njeni sastavni dijelovi (npr. uprava, proizvodnja, odjel financija, marketinga, nabave...)
   * svi dijelovi moraju međusobno uskladiti svoje napore u provođenju marketinškog plana
7. Objasni dobavljače kao element mikrookruženja tvrtke.
   * dobavljači su organizacije i pojedinci koji opskrbljuju tvrtku svojim proizvodima i uslugama
   * sve promjene koje se događaju kod dobavljača mogu utjecati na krajnji proizvod turističke tvrtke (poskupljenje ili nestašica namirnica, problemi u distribuciji…)
   * npr. poskupljenje hrane kod lokalnog dobavljača utječe na promjenu cijena jela u restoranu ili hotelu
8. Objasni marketinške posrednike kao element mikrookruženja tvrtke.
   * marketinški posrednici su razni poslovni subjekti koji pomažu tvrtki u prodaji, distribuciji i promociji tj. komunikaciji s kupcima
   * to su preprodavači, tvrtke za fizičku distribuciju, marketinške agencije i financijski posrednici
9. Nabroj tipove tržišta (kupci kao elementa mikrookruženja tvrtke).
   * tržište krajnje potrošnje, poslovne potrošnje, tržište preprodavača, institucijska, vladina i međunarodna tržišta
10. Kako konkurencija utječe na poslovanje tvrtke?
    * utječu na tvrtku kako bi bila bolja i uspješnija od konkurencije stalnim poboljšanjem ponude i usluga
11. Objasni javnost kao element mikrookruženja tvrtke?
    * javnost čini bilo koja skupina koja ima stvaran ili potencijalan interes i utjecaj na sposobnost tvrtke da ostvari svoje ciljeve
    * tipovi javnosti: mediji, vlada, udruge građana… (primjer sa GMO pilećom salamom)
12. Nabroj neke demografske promjene koje utječu na poslovanje tvrtke.
    * promjena dobne strukture, promjene u tipovima obitelji (manje djece, samci, samohrani roditelji), promjene u obrazovanosti stanovništva, promjene tokova migracija, brzi rast populacije
13. Što uključuje gospodarsko okruženje?
    * uključuje čimbenike koji utječu na kupovnu moć potrošača i njihov način potrošnje (vrijednost za novac)
14. Objasni primjer kineski "Mali carevi" i sindrom "šest džepova".
    * budući je Kina do nedavno imala politiku jednog djeteta, o njima se brine čak 6 odraslih osoba, tj. udovoljavaju njihovim željama kao što se udovoljavalo kineskim carevima
15. Kako tvrtke trebaju reagirati na promjene u prirodnom okruženju?
    * tvrtke moraju prilagoditi svoju proizvodnju i poslovanje kako bi ispunili sve strože ekološke standarde
16. Koja je glavna karakteristika tehnološkog okruženja?
    * brze tehnološke promjene koje utječu na promjene u turističkom posredovanju
    * internet kao novi distribucijski kanal
17. Na primjeru objasni utjecaj političkog okruženja na turizam neke zemlje ili tvrtke.
    * primjer je pad broja gostiju i noćenja za vrijeme velikosrpske agresije na Hrvatsku i za vrijeme sukoba na Kosovu, povećanje poreza na hotelske sobe skuplje od 100 dolara u New Yorku
18. Što uključuje kulturno kruženje?
    * institucije i druge sile koje utječu na vrijednosti, doživljaje i stavove u društvu
19. Koje su sile internetskog okruženja? (4)
    1. digitalizacija i povezanost
    2. naglo širenje interneta
    3. nove vrste posrednika
    4. prilagođavanje klijentima i njihovim željama
20. Što je digitalizacija a što povezanost?
    * DIGITALIZACIJA – pretvaranje svih podataka u digitalni oblik
    * POVEZANOST – mogućnost prijenosa podataka s jednog na više mjesta
    * intranet (povezanost unutar 1 tvrtke), ekstranet (među 2 ili više tvrtki) i internet (globalna mreža)
21. Što je e-poslovanje?
    * korištenje elektroničkih platformi intraneta, ekstraneta i interneta u vođenju poslovanja tvrtke
22. Što je e-trgovina? Navedi jedan primjer.
    * proces kupovanja i prodaje u kojemu su internet i moderne tehnologije neizostavni
23. Što je e-marketing? Navedi jedan primjer.
    * proces provedbe marketinških aktivnosti uz intenzivnu primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija
24. Koji su mogući izvori prihoda od e-trgovine?
    * prihodi od **prodaje** proizvoda i usluga – Amazon
    * prihodi od **oglašavanja** – Njuškalo
    * prihodi od **sponzorstva** – aviokarte.hr
    * prihodi od **članarina** i **pretplata** – bilo koji časopis ili novine
    * prihodi od izrade **profila** – linkedIn
    * **provizije** i **naknade** za transakcije – PayPal
    * naknade za **istraživanje tržišta i informacije** – facebook i google
    * prihodi od **upućivanja** – Airbnb, booking.com
25. Koje se nove vrste posrednika javljaju pojavom interneta i digitalnih tehnologija?
    * virtualne i fizičko-virtualne tvrtke