

Predmet: MARKETING USLUGA

Pitanja za završni ispit:

1. Programski aspekti kvaliteta usluge
2. Sadržaj kategorije kvaliteta usluge
3. Kvalitet usluge i lojalnost korisnika
4. Indikatori lojalnosti korisnika
5. Različiti profili korisnika sa stanovišta njihovog doprinosa poslovnim rezultatima
6. Marka usluge
7. Tri grupe atributa relevantne za proces odlučivanja o kupovini
8. Tri aspekta bitna za izgradnju marke
9. Tržišna i kalkulatívna vrijednost marke
10. Razvoj usluge
11. Klasifikacija preduzeća sa stanovišta brzine izvođenja razvojnih procesa
12. Adekvatno strukturiranje početnih faza procesa razvoja usluge (prikupljanje ideja i prethodna procjena ideja)
13. Uticaj korisnika na cijenu usluge
14. Troškovi kao bitna odrednica cijene usluga
15. Konkurencija kao determinanta cijene usluga
16. Premještanje tražnje
17. Pakovanje uslužne ponude
18. Verzioniranje uslužne ponude
19. Distribucija usluge
20. Promocija usluge i promocijna pravila za uslužna preduzeća
21. Komponente promociionog miksa i njihova uloga
22. Forme prodaje usluge preko posrednika
23. Implementacija, kao faza upravljanja marketingom uslužnog preduzeća
24. Razlika između uslužnog preduzeća i uslužne jedinice
25. Procesna pozicija korisnika usluge (uloge u kojima se može pojaviti korisnik usluge)
26. Definicija uslužnog procesa i prikaz osnovnog modela servukcije
27. Specijalni modeli sistema servukcije
28. Bluprinting i koncipiranje uslužnog reinženjeringa
29. Fizičko okruženje kao implementaciono područje
30. Korisnikove reakcije na fizičko okruženje
31. Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije
32. Identifikacija tipova osoblja uslužnog preduzeća
33. Značaj kontaktno-uslužnog osoblja
34. Deset bitnih segmenata ponašanja kontaktnog osoblja

35. Kriterijumi za prijem, obuka i motivisanje kontaktno-uslužnog osoblja
36. Interni marketing
37. Kontrola i standardi kontrole mikrosistema marketinga
38. Problem korektivne akcije
39. Dva ključna oblika kontrole u mikrosistemu marketinga
40. Kontrola uslužne ponude
41. SERVQUAL
42. SERVPERF
43. EP model i model nediferenciranog rezultata
44. Kontrola profita kao funkcije nivoa usluge
45. Generalna kontrola dugoročne profitabilnosti uslužnog preduzeća