

Uključivanje kupaca (deo III, glava 13)



Predmet: Marketing u turizmu i hotelijestvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs



Zadatak 1:

Tema: Poruka i komunikacija poruke

Vi ste menadžer hotela Crowne Plaza u Beogradu.

1. Analizirajte poruke koje se šalju tokom Perioda nove godine
2. Koji je sadržaj, kako se komunicira, procenite efekte istog
3. Na koji način ovaj kanal hotel može da koristi i nakon prestanka novogodišnjih praznika



Kratka pitanja za proveru znanja:

1. Primena unapređenja prodaje u turizmu
2. Karakteristike primene direktnog i digitalnog marketinga
3. Šta su to integrisane marketing komunikacije
4. Na koji način se menja model marketing komunikacija i zašto
5. Koraci razvoja efektivnih komunikacija
6. Šta je to AIDA model
7. Proces kreiranja sadržaja, strukture i formata poruke
8. Razlike ličnih i neličnih kanala komunikacije
9. Metodi definisanja budžeta za promociju
10. Šta je to unapređenje prodaje
11. Push i pull strategije
12. Faze životnog ciklusa proizvoda
13. Izbor medija za oglašavanje
14. Evaluacija efikasnosti oglašavanja