

Ponašanje poslovnog kupca (deo II, glava 7)



Predmet: Marketing u turizmu i hotelijestvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs



Zadatak 1:

Tema: Sastanci asocijacija

1. Pronaći na internetu Evropsku asocijaciju nuklerne medicine
2. Pročitati način organizivanja i svrhu
3. Izučiti: <https://www.eanm.org/congresses-events/bidding-requirements/> a to je upustvo za spremanje prodajnog predloga
4. Proceniti koji kongresni kapaciteti u Srbiji mogu da odgovore i koji smeštajni kapaciteti



Kratka pitanja za proveru znanja:

1. Šta je to centar kupovine i koje kategorije uloga obuhvata
2. Koji faktori utiču na ponašanje poslovnog kupca
3. Razlika između kongresa asocijacija i događaja korporacija
4. Koji su to glavni kriterijumi prilikom određivanja destinacije za kongres asocijacije
5. Šta je to podsticajno putovanje i kako se ono razlikuje od odmorišnog segmenta
6. Koji su to kriterijumi odabira destinacije za podsticajna putovanja
7. Koji atributu hotela utiču prilikom dogovaranja sa korporativnim menadžerom o korišćenju usluge hotela