

Dizajniranje i upravljanje proizvodima i brendovima (deo III, glava 9)



Predmet: Marketing u turizmu i hotelijstvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs



Zadatak 1:

Tema: Konzistentnost brenda kod Las Vegasa

1. Nakon čitanja materijal u knjizi, pronađite na internetu dodatne materijale na temu brenda i upravljanja brendom destinacije Las Vegas
2. Da li brend ima isto i konzistentno značenje za sve kategorije turista
3. Definiše moguće opcije promene brenda ako bi najveći segment činili turisti iz Kine, kojima je osnovnim motiv putovanja kockanje i šoping, a sa druge strane drugi najveći brend bili gosti iz Kanade, koji daju prednost prirodi i boravku u alternativnim smeštajnim kapacitetima



Kratka pitanja za proveru znanja:

1. Šta je to proizvod u turizmu i hotelierstvu i koji su nivoi proizvoda
2. Šta je to kapitalna vrednost brenda i kako se brend pozicionira
3. Šta je to brend menadžment i zašto hotelske kompanije proširuju svoje portfolie
4. Kako izgleda proces razvoja novog proizvoda
5. Životni ciklus proizvoda
6. Na koji način i zašto se neki proizvod „ukida“
7. Šta je to brand leveraging i kobrendiranje u turizmu
8. Koje su to marketing prednosti jakih brendova