

PITANJA ZA PRIPREMANJE USMENOG ISPITA IZ PREDMETA
“PUTNIČKE AGENCIJE”

1. Što je uvjetovalo pojavu organiziranih putničkih putovanja kao i posredništva pri tim putovanjima?
2. Objasnite na koji način putničke agencije povezuju interese i potrebe turističke ponude i turističke potražnje.
3. Objasnite razliku između posrednika i zastupnika na turističkom tržištu.
4. Definirajte, svojim riječima, putničku agenciju.
5. Što sve može biti predmetom poslovanja putničkih agencija? Radi bolje preglednosti izvršite podjelu, odnosno sistematizaciju u četiri velike skupine poslova.
6. U čemu se očituje informativno-savjetodavna funkcija putničkih agencija?
7. U čemu se očituje propagandna funkcija putničkih agencija?
8. U čemu se očituje posrednička funkcija putničkih agencija?
9. U čemu se sastoji organizatorska funkcija putničkih agencija?
10. Na koje je načine moguće provesti koncentraciju putničkih agencija?
11. Koji su mogući ciljevi horizontalne i vertikalne koncentracije putničkih agencija?
12. Razjasnite moguću primjenu informacijskih tehnologija u poslovanju putničkih agencija.
13. Navedite pozitivne i negativne osobitosti putničkih agencija u Republici Hrvatskoj.
14. Navedite temeljne probleme koji se javljaju u radu putničkih agencija u nas.
15. Navedite pretpostavljene tendencije u razvoju domaćih putničkih agencija.
16. Navedite u čemu se ogleda mogući odnos između putničkih agencija i ugostiteljskih gospodarskih subjekata.
17. Navedite u čemu se ogleda mogući odnos između putničkih agencija i prometnih gospodarskih subjekata.
18. Navedite u čemu se ogleda mogući odnos između putničkih agencija i drugih gospodarskih subjekata koji djeluju u turizmu.
19. Objasnite razliku između emitivnih i receptivnih putničkih agencija.
20. Objasnite razliku između grosističkih i detaljističkih putničkih agencija.
21. Objasnite razliku između putničkih agencija regionalnog, nacionalnog i međunarodnog značenja.
22. Objasnite razliku između putničkih agencija s razvijenom mrežom i bez razvijene mreže poslovnica.
23. Objasnite razliku između samostalnih i zavisnih turističkih agencija.
24. Objasnite razliku između turopatora i klasične agencije.
25. Navedite i opišite specifičnosti elemenata radnog procesa putničkih agencija.
26. Objasnite specifičnosti radne snage u turističkom posredovanju.
27. Raščlanite strukturu poslovnih sredstava u turističkom posredovanju.
28. Zbog čega je marketing koncepcija nužna u kreiranju poslovne politike putničkih agencija.
29. Objasnite osobitosti poslovnog odlučivanja u putničkim agencijama.

30. Koje su osobitosti istraživanja tržišta za potrebe poslovne politike putničkih agencija?
31. Objasnite što je turistički aranžman i na koji se način stvara?
32. Razjasnite pojam *guided tours*.
33. Objasnite razliku između naručenih i raspisanih turističkih aranžmana.
34. Objasnite osobitosti boravišnih turističkih aranžmana.
35. Objasnite osobitosti akcijskih turističkih aranžmana – tura.
36. Objasnite osobitosti IT (*Inclusive tours*) aranžmana.
37. Objasnite osobitosti *Incentive* turističkih aranžmana.
38. Objasnite osobitosti izleta kao oblika turističkog aranžmana.
39. Objasnite strategiju segmentacije tržišta putničkih agencija.
40. Objasnite strategiju diferencijacije proizvoda putničkih agencija.
41. Koja su temeljna načela oblikovanja cijena na turističkom tržištu?
42. Navedite vrste troškova u gospodarskim subjektima turističkog posredovanja.
43. Objasnite u čemu se sastoji politika prodaje (plasmana) putničkih agencija.
44. Što je buking i koja su dva temeljna sustava bukinga?
45. Objasnite ulogu putničkih agencija kao kanala prodaje turoperatora.
46. Kako se provodi promocija putničkih agencija?
47. Na koje je načine moguće organizirati gospodarske subjekte turističkog posredovanja?
48. Na koje je načine moguće organizirati marketing u putničkoj agenciji?
49. Navedite uloga poslovnica u provedbi turističkih aranžmana.
50. Navedite i razjasnite mjerila uspješnosti poslovanja putničkih agencija.