|  |
| --- |
| **C:\Users\Srdjan\Desktop\akademija-oxford-logo.jpg** |
|

|  |
| --- |
| **[marketing – ekonomska škola]** |
|  |

 |  |

 **Smer: Ekonomski tehničar**

 **IV godina**

 **PITANJA:**

1.Nastanak, razvoj i primena marketinga

1. Orijentacije preduzeća prema tržištu (4 koncepcije)
2. Definisanje marketinga
3. Integralnost, dinamičnost i interdisciplinarnost marketinga
4. Pojam, funkcije i podela tržišta
5. Plan istraživanja tržišta
6. Klasifikacija istraživanja
7. Izvori podataka u istraživanju tržišta
8. Metodi prikupljanja podataka
9. Uloga i značaj istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju
12. Podaci, informacije i znanje
10. Sistem, sistemski prilaz i MIS
11. Definicije MIS-a. Prednosti MIS-a
12. Infrastruktura MIS-a. Funkcionisanje MIS-a
13. Funkcionalne komponente MIS-a
14. Planiranje marketinga
15. Organizacija marketinški aktivnosti
16. Kontrola marketinga
17. Pojam i značaj instrumenata marketinga
18. Pojam proizvoda. Klasifikacija proizvoda
19. Miks proizvoda. Marka proizvoda. Kvalitet proizvoda
20. Dizajn i pakovanje. Usluge
21. Životni ciklus proizvoda
22. Novi proizvod (razvoj, proces prihvatanja i pozicioniranje)
23. Cena kao instrument marketinga. Postupak određivanja cena
24. Prilagođavanje cene. Smanjenje i povećanje cene
25. Distribucija. Kanali distribucije. Izbor kanala distribucije
26. Strategije distribucije. Marketinški posrednici
27. Promocija. Oblici promocije
28. Mehanizam delovanja ekonomske propagande
29. Propagandna kampanja
30. Planiranje ekonomske propagande
31. Planiranje troškova ekonomske propagnde. Metodi planiranja
32. Kontrola uspešnosti propagande
33. Efekti ekonomske propagande. Metodi testiranja uspešnosti ekonom, propagande