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

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

 |  |

 **Smer: Trgovinski tehničar**

 **IV godina**

 **PITANJA:**

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