
[MARKETING – EKONOMSKA ŠKOLA]

Smer: Ekonomski tehničar
IV godina

PITANJA:

1. Nastanak, razvoj i primena marketinga
2. Orijentacije preduzeća prema tržištu (4 koncepcije)
3. Definisane marketinga
4. Integralnost, dinamičnost i interdisciplinarnost marketinga
5. Pojam, funkcije i podela tržišta
8. Plan istraživanja tržišta
9. Klasifikacija istraživanja
10. Izvori podataka u istraživanju tržišta
11. Metodi prikupljanja podataka
12. Uloga i značaj istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju
12. Podaci, informacije i znanje
14. Sistem, sistemski prilaz i MIS
15. Definicije MIS-a. Prednosti MIS-a
16. Infrastruktura MIS-a. Funkcionisanje MIS-a
17. Funkcionalne komponente MIS-a
18. Planiranje marketinga
19. Organizacija marketinški aktivnosti
20. Kontrola marketinga
21. Pojam i značaj instrumenata marketinga
22. Pojam proizvoda. Klasifikacija proizvoda
23. Miks proizvoda. Marka proizvoda. Kvalitet proizvoda

24. Dizajn i pakovanje. Usluge
25. Životni ciklus proizvoda
26. Novi proizvod (razvoj, proces prihvatanja i pozicioniranje)
27. Cena kao instrument marketinga. Postupak određivanja cena
28. Prilagođavanje cene. Smanjenje i povećanje cene
29. Distribucija. Kanali distribucije. Izbor kanala distribucije
30. Strategije distribucije. Marketinški posrednici
31. Promocija. Oblici promocije
32. Mehanizam delovanja ekonomske propagande
33. Propagandna kampanja
34. Planiranje ekonomske propagande
35. Planiranje troškova ekonomske propagande. Metodi planiranja
36. Kontrola uspešnosti propagande
37. Efekti ekonomske propagande. Metodi testiranja uspešnosti ekonom, propagande