

# [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