

## ISPITNA PITANJA iz predmeta OSNOVI MARKETINGA

1. Definisane marketinga
2. Marketing koncept
3. Razvoj marketinga
4. Stvaranje vrednosti za kupca
5. Stvaranje satisfakcije kupaca
6. Marketing miks
7. Efektivni marketing miks
8. Upravljanje marketing aktivnošću
9. Efikasnost nasuprot efektivnosti
10. Planiranje marketing aktivnosti
11. Definisane marketing okruženja
12. Makro okruženje
13. Mikro okruženje
14. Skeniranje okruženja
15. Aspekti ponašanja kupaca
16. Kriterijumi za izbor u kupovini
17. Uticaji na kupovno ponašanje organizacija
18. Značaj marketing istraživanja
19. Faze u procesu marketinga istraživanja
20. Marketing informacioni sistem
21. Etička pitanja u marketing istraživanju
22. Segmentacija tržišta
23. Ciljni marketing - Targetiranje
24. Pozicioniranje
25. Proizvod
26. Brendiranje
27. Životni ciklus proizvoda
28. Razvoj novih proizvoda
29. Etička pitanja u vezi sa proizvodima
30. Jedinstvene karakteristike usluga
31. Marketing miks usluga
32. Osnovni metodi formiranja cena
33. Ključni faktori koji utiču na odluke o cenama
34. Reagovanje na promene cena konkurenata
35. Etička pitanja vezana za formiranje cena
36. Integrisane marketing komunikacije
37. Propaganda
38. Unapređenje prodaje
39. Odnosi s javnošću i publicitet
40. Ostala promotivna sredstva

41. Direktni marketing
42. Internet marketing
43. Lična prodaja
44. Menadžment prodaje
45. Etička pitanja vezana za integrisane marketing komunikacije
46. Tipovi distributivnih kanala
47. Strategija i menadžment kanala distribucije
48. Maloprodaja
49. Fizička distribucija
50. Etička pitanja u distribuciji
51. Proces marketing planiranja
52. Marketing ciljevi
53. Marketing strategija
54. Konkurentske strategije
55. Izvori konkurentske prednosti
56. Odluke o marketing miksu
57. Organizacija i implementacija
58. Marketing kontrola
59. Koristi od marketing planiranja
60. Problemi u sprovođenju sistema planiranja