

Испитна питања из предмета **Маркетинг**

мр Ивана Владимировић

1. Појам, почеци и развој маркетинга
2. Основни појмови маркетинга (потребе, жеље и тражња; вредност, задовољство и квалитет; размена, трансакције и односи)
3. Основни појмови маркетинга (маркетинг систем, маркетинг микс и управљање маркетингом)
4. Процес истраживања маркетинга и идентификовање извора података
5. Стратешки маркетинг
6. Маркетинг окружење (актери микроокружења)
7. Снаге макроокружења
8. Анализа тржишта (дефинисање, дефинисање релевантног тржишта, типови тржишта, потенцијал тржишта и продаје)
9. Сегментација тржишта, одређивање циљног тржишта и позиционирање производа
10. Концепт производа у маркетингу и класификација производа
11. Тржишне компоненте производа (квалитет и обликовање)
12. Тржишне компоненте производа (марка и значај марке; паковање и функције паковања)
13. Тржишне компоненте производа (продајне услуге – кредит, гаранција, сервис)
14. Политика производног програма
15. Процес увођења новог производа
16. Управљање производима током њиховог животног циклуса
17. Природа и значај цене и циљеви формирања цена
18. Трошкови, тражња и конкуренција као фактори формирања цена
19. Формирање цена за нови производ и производни програм
20. Политика диференцирања (прилагођавања) цене
21. Појам, улога, структура и организација канала дистрибуције
22. Канали дистрибуције за потрошна добра
23. Канали дистрибуције за пословна добра и услуге
24. Избор канала дистрибуције
25. Малопродаја и категорије малопродаје

26. Стратегија маркетинга малопродаје
27. Велепродаја и типови велепродаје
28. Појам и улога промоције
29. Одређивање промоционог микса
30. Економска пропаганда (циљеви, одређивање буџета, пропагандна порука)
31. Избор медија
32. Лична продаја
33. Унапређење продаје
34. Сајам као облик промоције предузећа

Литература:

- Симић Антонијевић, Д., *Маркетинг, скрипта*, Висока пољопривредна школа струковних студија Шабац, 2015.
- Презентације са предавања