

Prijemni ispit za školsku 2005/2006. godinu

Predmet: MARKETING

1. Šta je marketing? _____

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: _____

3. Navedite bar tri (od 7) kriterijuma za podelu tržišta: _____

4. Segmentacija tržišta je _____

5. Metode istraživanja marketinga su:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

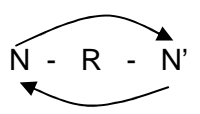
6. Naznačite kvalitativne informacije do kojih se dolazi istraživanjem tržišta

- ko su kupci proizvoda,
- apsolutna moć tržišta,
- koje i kakve proizvode kupci žele,
- kako i zašto kupci kupuju,
- intenzitet konkurencije.

7. Vrste planiranja marketing aktivnosti su:

- _____ i _____ planiranje,
- _____ planiranje.

8. Objasnite sliku

 <p>N - R - N'</p>	Objašnjenje _____ _____ _____
---	-------------------------------------

9. Navesti forme organizovanja marketing aktivnosti:

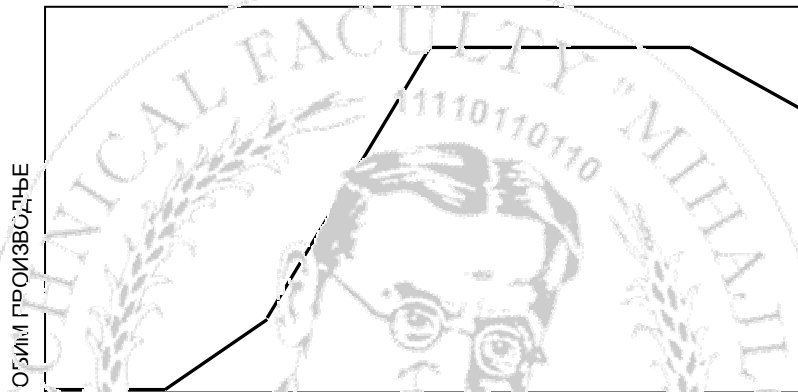
- _____,
- _____,
- _____.

10. Instrumenti marketing-miksa su:
 a) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija,
 b) proizvod, mesto, cena, promocija,
 v) proizvod, promocija, kvalitet, cena.

11. Faze u uvođenju novog proizvoda na tržište:

1. _____,
2. _____,
3. _____,
4. _____,
5. _____,
6. _____.

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Šta je to asortiman proizvoda? _____

14. Navesti bar tri elementa politike formiranja cena: _____

15. Metodi formiranja cena su:

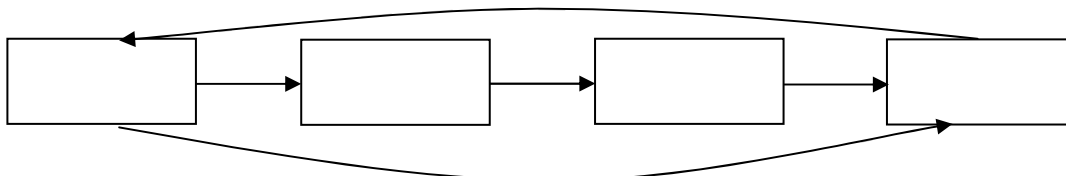
1. _____,
2. _____,
3. _____.

16. Šta su to kanali prodaje? _____

17. Oblici promocije su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

18. Dopisati elemente motivacionog ciklusa na slici



19. Principi propagandnih poruka:

- _____,
- _____.

20. Navesti neke propagandne medije: _____

1. Šta je marketing? _____

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: _____

3. Navedite bar tri (od 7) kriterijuma za podelu tržišta:

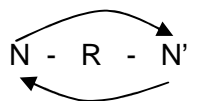
4. Segmentacija tržišta je _____

5. Smatra se da dobra informacija mora biti
- _____
- _____
- _____
- _____

6. Osnovne funkcionalne komponente ili podsistemi razvijenog MIS-a su:
- _____
- _____
- _____
- _____

7. Vrste planiranja marketing aktivnosti su:
- _____ i _____ planiranje,
- _____ planiranje.

8. Objasnite sliku

	Objašnjenje _____ _____ _____
---	-------------------------------------

9. Navesti forme organizovanja marketing aktivnosti:

- _____
- _____
- _____

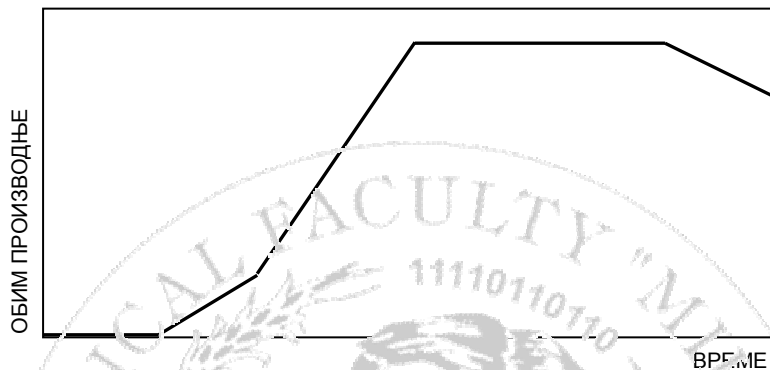
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija,
- b) proizvod, mesto, cena, promocija,
- v) proizvod, promocija, kvalitet, cena.

11. Faze u razvoju novog proizvoda:

7. _____,
8. _____,
9. _____,
10. _____,
11. _____,
12. _____,
13. _____.

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Šta je to marka proizvoda? _____

14. Navesti bar tri elementa politike formiranja cena: _____

15. Navesti bar tri metoda formiranja cena:

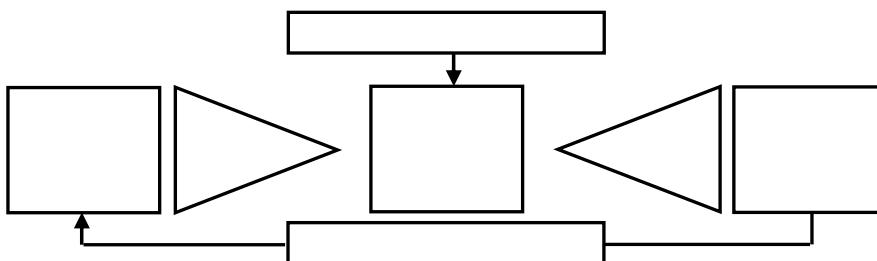
1. _____,
2. _____,
3. _____.

16. Šta je to fizička distribucija? _____

17. Oblici promocije su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slicu koja sledi



19. Elementi lične prodaje su: _____, _____ i _____.

20. Navesti neke od metoda za unapređenje prodaje: _____

1. Šta je marketing (prema F. Kotleru)? _____

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: _____

3. Navedite bar tri (od 7) kriterijuma za podelu tržišta:

4. Segmentacija tržišta je _____

5. Smatra se da dobra informacija mora biti

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

6. Osnovne funkcionalne komponente ili podsistemi razvijenog MIS-a su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

7. Planiranje marketinga je: _____

8. Objasnite sliku

	Objašnjenje _____ _____ _____ _____
---	--

9. Navesti forme organizovanja marketing aktivnosti:

- _____,
- _____,
- _____.

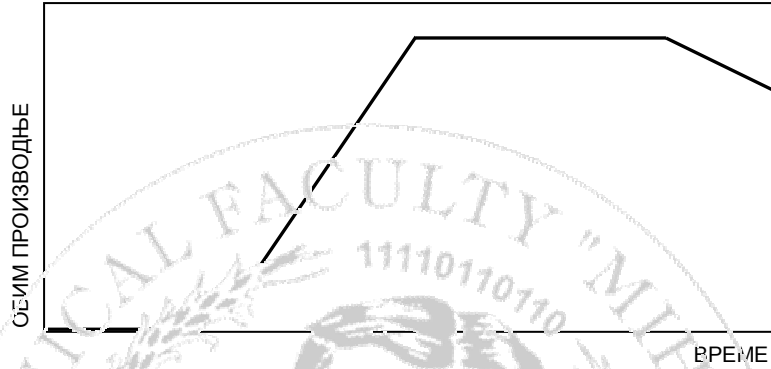
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) proizvod, cena, distribucija, promocija,
- b) proizvod, promocija, kvalitet, cena,
- v) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija.

11. Pet nivoa proizvoda:

- 14. _____,
- 15. _____,
- 16. _____,
- 17. _____,
- 18. _____.

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Šta je to marka proizvoda? _____

14. Navesti bar tri elementa politike formiranja cena: _____

15. Navesti bar tri metoda formiranja cena:

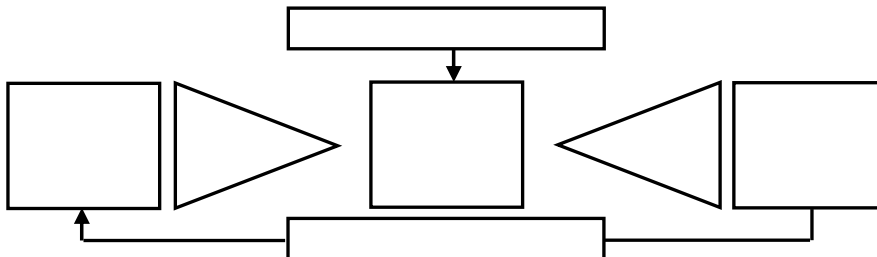
- 4. _____,
- 5. _____,
- 6. _____.

16. Navesti strategije distribucije _____

17. Oblici promocije su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slicu koja sledi



19. Elementi lične prodaje su: _____, _____ i _____.

20. Navesti modele ponašanja potrošača: _____

1. Šta je marketing (prema F. Kotleru)? _____

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: _____

3. Navedite bar tri (od 6) kriterijuma za podelu tržišta:

4. Segmentacija tržišta je _____

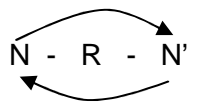
5. Smatra se da dobra informacija mora biti

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

6. Marketing informacioni sistem je:

7. Planiranje marketinga je: _____

8. Objasnite sliku

 <p>N - R - N'</p>	Objašnjenje _____ _____ _____
---	-------------------------------------

9. Navesti forme organizovanja marketing aktivnosti:

- _____,
- _____,
- _____.

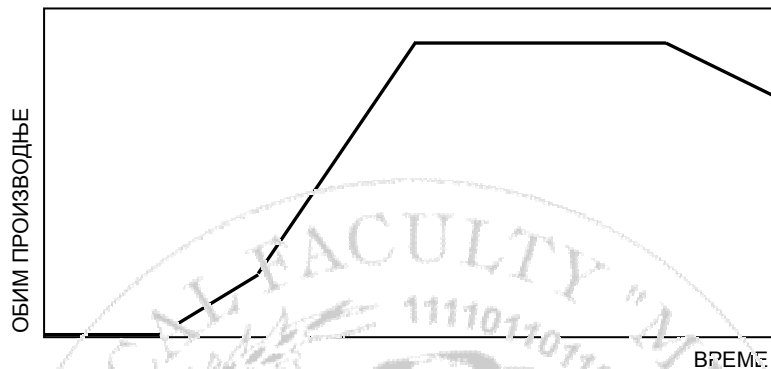
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) proizvod, cena, distribucija, promocija,
- b) proizvod, promocija, kvalitet, cena,
- v) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija.

11. Tri nivoa u posmatranju proizvoda su:

- 19. _____,
- 20. _____,
- 21. _____,

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Kvalitet proizvoda je višedimenzionalni pojam koji obuhvata:

14. Navesti bar tri elementa politike formiranja cena:

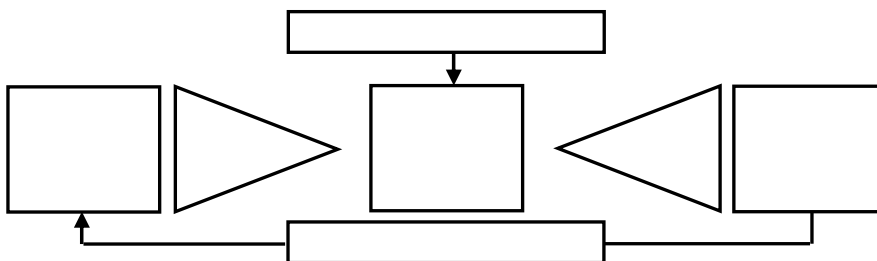
15. Kanali distribucije čine:

16. Navesti strategije distribucije

17. Oblici promocije su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slicu koja sledi



19. Elementi lične prodaje su: _____, _____ i _____.

20. Direktni marketing je: _____

1. Šta je marketing (opšta definicija/definicija prema AMA)? _____

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: _____

3. Navedite bar tri (od 6) kriterijuma za podelu tržišta: _____

4. Na osnovu segmentacije tržišta, preduzeće može da odabere (strategije):

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

5. Smatra se da dobra informacija mora biti:

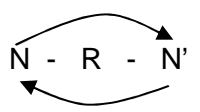
- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

6. Osnovne funkcionalne komponente ili podsistemi razvijenog MIS-a su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

7. Planiranje marketinga je: _____

8. Objasnite sliku

	Objašnjenje _____ _____ _____
---	-------------------------------------

9. Navesti tri forme (od 5) organizovanja marketing aktivnosti:

- _____,
- _____,
- _____.

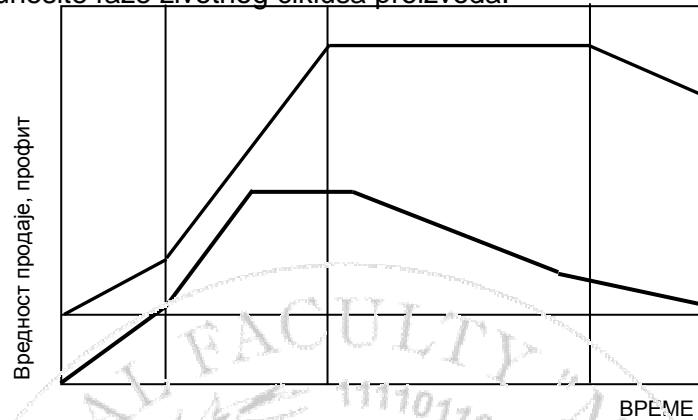
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) proizvod, promocija, kvalitet, cena,
- b) proizvod, cena, distribucija, promocija,
- v) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija.

11. Navesti kategorije za klasifikaciju proizvoda poslovne potrošnje (industrijskih proizvoda):

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. _____, | 5. _____, |
| 2. _____, | 6. _____, |
| 3. _____, | 7. _____, |
| 4. _____, | |

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Kvalitet proizvoda obuhvata? _____

14. Navesti metode formiranja cena: _____

15. Tipični ciljevi koje preduzeće sebi postavlja pri određivanju cene:

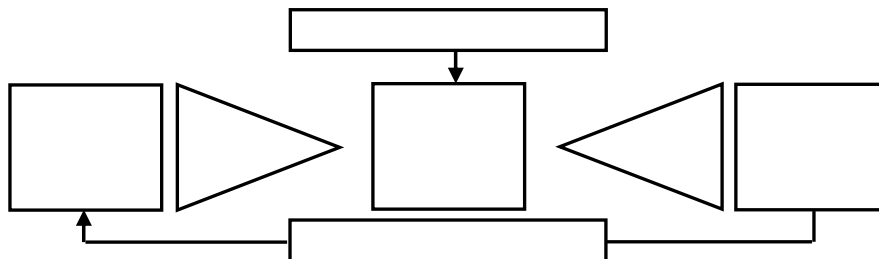
7. _____,
8. _____,
9. _____,
10. _____,
11. _____.

16. Navesti strategije distribucije _____

17. Oblici promocije su:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slicu koja sledi



19. Publicitet je: _____

20. Navesti modele ponašanja potrošača: _____