Tržišno komuniciranje

**Spisak pitanja za završni ispit**

1. Šta je marketing?
2. Šta se plasira na tržište?
3. Tipovi tražnje na tržištu
4. Tržišta ključnih kupaca
5. Koncept holističkog marketinga
6. Marketing segmenata
7. Tri tipa preferencija potrošača. Navedite i objasnite.
8. Marketing niše
9. Lokalni marketing
10. Geografska segmentacija
11. Demografska segmentacija: životno doba i faza životnog ciklusa
12. Demografska segmentacija: pol
13. Demografska segmentacija: dohodak
14. Psihografska segmentacija
15. Status korisnika i stopa korišćenja kao vid segementacije
16. Kriterijumi za efektivnu segmentaciju
17. Makromodel procesa komunikacije
18. Navedite osam koraka u razvoju efektivnih komunikacija
19. Strategija poruke kampanje
20. Kreativna strategija kampanje
21. Izvor poruke kampanje
22. Metode određivanja budžeta kampanje
23. Ciljevi propagande – objasnite 4 cilja
24. Prednosti i nedostaci TV reklama
25. Prednosti i nedostaci radijskih reklama
26. Prednosti i nedostaci štampanih reklama
27. Alternativne mogućnosti propagande
28. Mjesto kupovine kao prostor za propagandu
29. Unapređenje prodaje – prednosti i nedostaci
30. Osnovni instrumenti unapređenja prodaje
31. Događaji i iskustva kao element miksa marketing komunikacija
32. Odnosi s javnošću element miksa marketing komunikacija
33. Pojam i uloga direktnog marketinga
34. Direktna pošta kao element direktnog marketinga
35. Kataloški marketing – prednosti i nedostaci
36. Telemarketing – prednosti i nedostaci
37. Oblikovanje prodajne sile
38. Ciljevi i nagrađivanje prodajne sile
39. Šest koraka lične prodaje
40. Zašto je značajno kreiranje marketing odnosa?