Marketing menadžment

Pitanja (pojmovi) za kolokvijum

1. Šta je marketing?
2. Objasnite pojam upravljanje marketingom
3. Šta podrazumijevamo pod razmjenom kao marketing konceptom.
4. Objasnite transakciju
5. Objasnite transfer
6. Šta podrazumijevamo pod dobrima?
7. Šta podrazumijevamo pod uslugama?
8. Šta podrazumijevamo pod tržištem?
9. Objasnite tržište krajnje potrošnje
10. Objasnite poslovna tržišta
11. Objasnite globalna tržišta
12. Objasnite neprofitna i vladina tržišta
13. Šta su fizička i digitalna tržišta?
14. Šta podrazumijevamo pod povećanom konkurencijom?
15. Šta podrazumijevamo pod industrijskom konvergencijom?
16. Šta podrazumijevamo pod transformacijom maloprodaje?
17. Šta podrazumijevamo pod uklanjanjem posrednika?
18. Šta je koncepcija proizvodnje?
19. Šta je koncepcija proizvoda?
20. Šta je prodajna koncepcija?
21. Šta je holistički marketing?
22. Šta je marketing odnosa?
23. Šta je marketing mreža?
24. Šta je integrisani marketing?
25. Šta je društveno odgovorni marketing?
26. Šta su potrebe?
27. Šta su želje?
28. Šta je potražnja?
29. Šta su marketinški kanali?
30. Šta je proces isporuke vrijednosti?
31. Šta predstavlja lanac vrijednosti?
32. Šta je proces osjećanja tržišta?
33. Šta je proces realizacije novih ponuda?
34. Objasnite stvaranje vrijednosti za kupca
35. Objasnite isporuku vrijednosti
36. Šta je marketing plan?
37. Šta je intenzivni rast?
38. Šta je integracioni rast?
39. Šta je diverzifikovani rast?
40. Šta je korporativna kultura?
41. Šta je strategija?
42. Objasnite pojam povratne informacije (eng. feedback)
43. Šta je marketing istraživanje?
44. Objasnite istraživanje posmatranjem.
45. Objasnite fokus grupe
46. Objasnite istraživanje pomoću anketa
47. Objasnite kvalitativne istraživačke tehnike
48. Šta je marketing metrika?
49. Objasnite analizu prodaje
50. Objasnite analizu tržišnog udjela
51. Objasnite analizu poređenja marketing troškova i prodaje
52. Objasnite analizu profitabilnosti
53. Šta je tržišna potražnja?
54. Šta je tržišni potencijal?
55. Šta je postotak penetracije proizvoda?
56. Šta je indeks razvoja marke?
57. Šta je skala vjerovatnosti kupovine?
58. Šta je osobnost marke?
59. Objasnite životni stil
60. Šta je motiv?
61. Šta je percepcija?
62. Šta je selektivna pažnja?
63. Objasnite selektivnu iskrivljenost?
64. Šta je mentalno računovodstvo?
65. Objasnite tačke sličnosti
66. Objasnite tačke različitosti
67. Objasnite životni ciklus proizvoda
68. Objasnite hijerarhiju vrijednosti za klijenta
69. Šta je analiza proizvodne linije?
70. Objasnite proširivanje proizvodne linije.
71. Šta podrazumijevamo pod pakovanjem?
72. Definišite usluge.
73. Diferenciranje usluga
74. Šta su referentne cijene?
75. Šta je određivanje potražnje?
76. Šta je kriva iskustva/kriva učenja?
77. Određivanje promotivnih cijena je?
78. Šta je sistem marketing kanala?
79. Objasnite sistem guranja.
80. Objasnite strategiju privlačenja.
81. Šta je vertikalni marketinški sistem?
82. Šta je horizontalni marketing sistem?
83. Šta su marketing komunikacije?
84. Šta je oglašavanje?
85. Objasnite unapređenje prodaje
86. Objasnite događaje i iskustva
87. Objasnite odnose sa javnošću – PR
88. Objasnite direktni marketing
89. Objasnite ličnu prodaju
90. Objasnite integrisane marketinške komunikacije
91. Objasnite kupovinu na mjestu kupovine
92. Objasnite marketing direktnih narudžbi
93. Direktna pošta
94. Šta je kataloški marketing?
95. Objasnite telemarketing.
96. Šta su načela lične prodaje?