Ekonomski fakultet Podgorica

Master – Poslovna ekonomija

Međunarodni marketing

**SPISAK PITANJA**

1. Definicija međunarodnog maretinga je.
2. Šta podrazumijeva strategijsko usmjeravanje međunarodnog marketinga?
3. Šta podrazumijeva instrumentalno kreiranje međunarodnog marketinga?
4. Šta podrazumijeva efektivna realizacija međunarodnog marketinga?
5. Šta podrazumijeva uspješna internacionalizacija privrednih subjekata za međunarodni marketing?
6. Definišite komparativni marketing
7. Definišite unutrašnji međunarodni marketing
8. Definišite inostrani marketing
9. Definišite panregionalni međunarodni marketing
10. Definišite geomarketing
11. Šta je izvozni marketing?
12. Šta je međunarodni kooperativni marketing?
13. Šta je globalizovani marketing?
14. Objasnite EPRG analitički okvir
15. Objasnite etnocentričnu orijentaciju
16. Objasnite policentričnu orijentaciju
17. Objasnite regiocentričnu orijentaciju
18. Objasnite geocentričnu orijentaciju
19. Objasnite osjetljivost međunarodnog marketinga na osobenosti kulture
20. Objasnite globalizaciju tržišta kao izazov marketinga
21. Objasnite globalizaciju tržišta kao interes marketinga
22. Definišite poslovno orijentisane potrošače
23. Definišite cjenovno orijentisane potrošače
24. Definišite brendovski orijentisane potrošače
25. Definišite inovativno orijentisane potrošaće
26. Navedite ključne kategorije informacija za odlučivanje u međunarodnom marketingu
27. Šta su potrošačka MM istraživanja?
28. Šta su industrijska MM istraživanja?
29. Objasnite kvantitativna istraživanja
30. Objasnite kvalitativna istraživanja
31. Objasnite realne barijere međunarodni marketing istraživanja
32. Šta su operativni istraživački problemi u međunarodnom marketingu?
33. Objasnite kulturne predrasude i pristrasnosti pri istraživanjima
34. Objasnite tržišno nadgledanje
35. Objasnite tržišno obavještavanje
36. Objasnite agencijsku entocentričnost
37. Šta su projektna istraživanja?
38. Objasnite kabinetsku fazu istraživanja
39. Objasnite terensku fazu istraživanja
40. Šta su sekundarni podaci?
41. Objasnite tehniku intervjua
42. Objasnite dubinski intervju
43. Objasnite fokus grupe
44. Objasnite tehnike posmatranja
45. Objasnite tehnike anketnog istraživanja
46. Šta je strategijski model selekcije inostranih tržišta
47. Definišite strategiju klasterisanja međunarodnih tržišta
48. Definišite strategiju filtriranja međunarodnih tržišta
49. Definišite strategiju komparativne analize međunarodnih tržišta
50. Objasnite segmentaciju međunarodnih tržišta
51. Šta je nacionalna segmentacija?
52. Šta je globalna segmentacija?
53. Šta je tržišna diversifikacija?
54. Objasnite tržišnu koncentraciju.
55. Koja je uloga proizvoda u međunarodnom marketingu?
56. Šta podrazumijevamo pod internacionalizacijom usluga?
57. Objasnite marketinško vrednovanje kvaliteta
58. Objasnite ekološke aspekte kvaliteta
59. Definište ulogu dizajna u međunarodnom makretingu
60. Objasnite uticaj okruženja na dizajn proizvoda
61. Objasnite pakovanje proizvoda za međunarodna tržišta
62. Šta je garancija?
63. Objasnite međunarodni životni ciklus proizvoda.
64. Strategija standarizacija proizvoda u međunarodnom marketingu
65. Strategija prilagođavanja proizvoda u međunarodnom marketingu
66. Objasnite instrumentalne osobenosti cijene u međunarodnom marketingu
67. Objasnite pojam međunarodne cjenovne konkurencije
68. Objasnite troškove kao determinantu cijena
69. Objasnite poslovne ciljeve kao determinantu cijena
70. Objasnite karakter angažovanja kao determinantu cijena
71. Objasnite nivo internacionalizacije kao determinantu cijena
72. Objasnite organizacione nadležnosti kao determinantu cijena
73. Objasnite nivo tražnje kao determinantu cijena
74. Objasnite konkurenciju kao determinantu cijena
75. Objasnite državnu regulativu kao determinantu cijena
76. Objasnite ekonomske uslove kao determinantu cijena
77. Objasnite lokalnu valutu kao determinantu cijena
78. Objasnite pojam eskalacije cijena
79. Objasnite orijentaciju naviše
80. Objasnite orijentaciju naniže
81. Objasnite pojam promocionih cijena
82. Objasnite pojam psiholoških cijena
83. Objasnite pojam animirajućih cijena
84. Objasnite pojam nosećih cijena
85. Objasnite pojam dvojnih cijena
86. Objasnite meted progresivne kalkulacije
87. Objasnite metod inverzne kalkulacije
88. Objasnite pojam dampinga
89. Objasnite pojam transfernih cijena