

УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ
ФАКУЛТЕТ ЗА ПРОИЗВОДЊУ И МЕНАЏМЕНТ ТРЕБИЊЕ

ПРЕДМЕТ: ОСНОВИ МАРКЕТИНГА

Питања за први колоквијум:

1. Маркетинг концепт.
2. Стварање сатисфакције купаца.
3. Ефикасност и ефективност - увод у орјентацију на купце.
4. Маркетинг окружење - макроокружење.
5. Маркетинг окружење - микроокружење.
6. Сегментисање тржишта финалних потрошача.
7. Критеријуми за сегментацију финалних потрошача.
8. Сегментисање пословних тржишта.
9. Недефинирани маркетинг.
10. Диференцирани маркетинг.
11. Фокусирани маркетинг.
12. Кастомизирани маркетинг.
13. Позиционирање производа.
14. Репозиционирање производа.
15. Препознавање тржишта личне потрошње.
16. Препознавање тржишта пословно-услужне потрошње.
17. Дефинисање и класификација производних добара.
18. Особености пословног маркетинга.
19. Карактеристике пословног тржишта.
20. Сегменти пословног тржишта.
21. Врсте пословних купаца.
22. Спектар односа купца и продавца на пословном тржишту.
23. Врсте маркетинг истраживања.
24. Фазе у процесу маркетинг истраживања.
25. Маркетинг информациони систем.
26. BSG матрица.

Питања за други колоквијум:

1. Маркетинг микс.
2. Мега маркетинг.
3. Управљање развојем нових производа.
4. Брендмирање.
5. Управљање брендovima и линијама производа током времена: животни циклус производа.
6. Основни методи за формирање цијена.
7. Кључни фактори који утичу на одлуке о формирању цијена.
8. Управљање промјенама цијена.

9. Типови дистрибутивних канала.
10. Пословни канали.
11. Стратегија и менаџмент канала.
12. Интеграција канала.
13. Интегрисане маркетинг комуникације.
14. Привредна пропаганда.
15. Унапређење продаје.
16. Односи с јавношћу и публицитет.
17. Лична продаја.
18. Менаџмент односа с купцима.
19. Директни маркетинг.
20. Мобилни маркетинг.
21. Интернет маркетинг.
22. Маркетинг путем друштвених мрежа.
23. Процес маркетинг планирања.
24. Кључна стратегија.
25. Конкурентна стратегија.
26. Организација и имплементација. Контрола.