

PITANJA – MASTER STUDIJE

Literatura: Stanković Lj., Đukić S., *Marketing*, Ekonomski fakultet Niš, 2009., 2013.
godina

1. Definisane marketinga
2. Marketing kao ekonomski proces
3. Marketing kao poslovna funkcija
4. Marketing koncepcija
5. Holistički marketing
6. Marketing informacioni sistem – suština i podsistemi
7. Pojam i dimenzije tržišta
8. Potencijal tržišta i potencijal prodaje
9. Učešće na tržištu
10. Segmentacija tržišta
11. Kriterijumi segmentacije tržišta lične potrošnje
12. Kriterijumi segmentacije poslovnog tržišta
13. Proces donošenja odluke o kupovini individualnih potrošača
14. Tipovi ponašanja individualnog potrošača
15. Proces odlučivanja o kupovini poslovnih kupaca
16. Koncept vrednosti za potrošače
17. Stvaranje superiorne vrednosti za potrošače
18. Obezbeđenje satisfakcije potrošača
19. Odnos satisfakcije i lojalnosti potrošača
20. Strategija diferenciranja proizvoda
21. Strategija segmentacije tržišta
22. Strategija pozicioniranja
23. CRM strategija
24. Marketing miks koncept
25. Koncept proizvoda u marketingu
26. Kvalitet kao konkurentsko sredstvo
27. Dizajn proizvoda
28. Marka proizvoda
29. Izbor i hijerarhija marke
30. Elementi i oblici marketing komuniciranja
31. Razvijanje efektivnih marketing komunikacija
32. Integrisane marketing komunikacije
33. Privredna propaganda kao oblik marketing komuniciranja
34. Odnosi s javnošću
35. Publicitet
36. Unapređenje prodaje
37. Sponzorstvo
38. Lična prodaja
39. Direktni marketing
40. Internet komuniciranje

Predmetni nastavnik:

Prof. dr Suzana Đukić