

**UNIVERZITET U NOVOM SADU**  
**Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin"**  
**Zreanjanin**

Prijemni ispit iz predmeta: **MARKETING**

Osnovna literatura za pripremanje prijemnog ispita je:

**Marketing za IV razred ekonomske i trgovinske škole**

**Autori:**

- Hasan Hanic
- Stipe Lovreta
- Jelena Ačić

**Godina izdanja:** 2007 (ili kasnije)



1. Šta je marketing (opšta definicija/definicija prema AMA)? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Navedite bar tri (od 6) kriterijuma za podelu tržišta:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Na osnovu segmentacije tržišta, preduzeće može da odabere (strategije):

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

5. Smatra se da dobra informacija mora biti:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

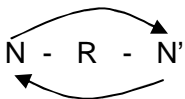
6. Osnovne funkcionalne komponente ili podsistemi razvijenog MIS-a su:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

7. Planiranje marketinga je: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Objasnite sliku

	Objašnjenje _____ _____ _____
---	-------------------------------------

9. Navesti tri forme (od 5) organizovanja marketing aktivnosti:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

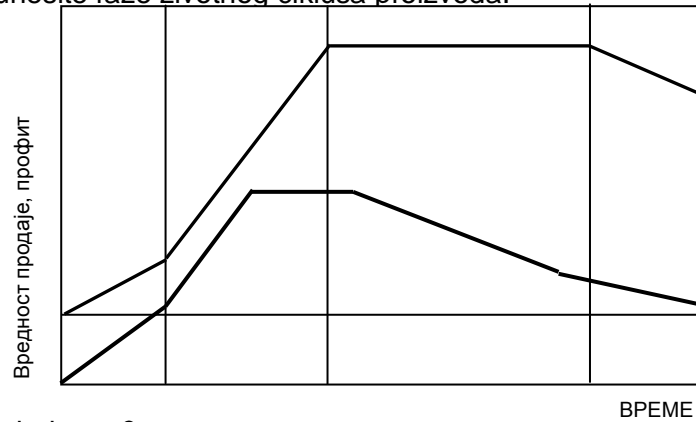
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) proizvod, promocija, kvalitet, cena,
- b) proizvod, cena, distribucija, promocija,
- v) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija.

11. Navesti kategorije za klasifikaciju proizvoda poslovne potrošnje (industrijskih proizvoda):

- |           |           |
|-----------|-----------|
| 1. _____, | 5. _____, |
| 2. _____, | 6. _____, |
| 3. _____, | 7. _____. |
| 4. _____, |           |

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Kvalitet proizvoda obuhvata? \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

14. Navesti metode formiranja cena: \_\_\_\_\_

15. Tipični ciljevi koje preduzeće sebi postavlja pri određivanju cene:

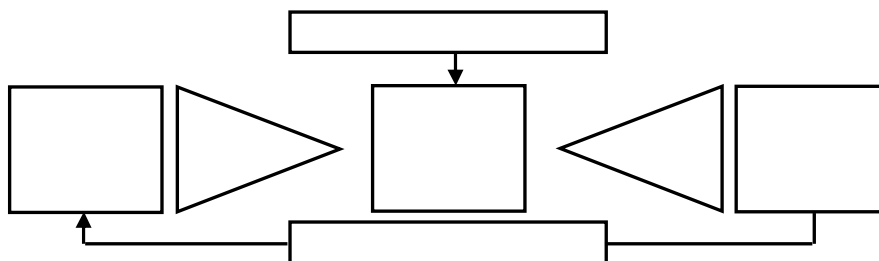
1. \_\_\_\_\_,
2. \_\_\_\_\_,
3. \_\_\_\_\_,
4. \_\_\_\_\_,
5. \_\_\_\_\_.

16. Navesti strategije distribucije \_\_\_\_\_

17. Oblici promocije su:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slici koja sledi



19. Publicitet je: \_\_\_\_\_

20. Navesti modele ponašanja potrošača: \_\_\_\_\_

1. Šta je marketing (opšta definicija/definicija prema AMA)? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Navedite bar tri (od 5) funkcije tržišta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Navedite bar tri (od 6) kriterijuma za podelu tržišta:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Segmentacija tržišta je \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Smatra se da dobra informacija mora biti

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.


6. Osnovne funkcionalne komponente ili podsistemi razvijenog marketing informacionog sistema (MIS-a) su:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

7. Vrste planiranja marketing aktivnosti su:

- \_\_\_\_\_ i \_\_\_\_\_ planiranje,
- \_\_\_\_\_ planiranje.

8. Objasnite sliku

	Objašnjenje _____ _____ _____ _____
---	--

9. Navesti tri forme (od 5) organizovanja marketing aktivnosti:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

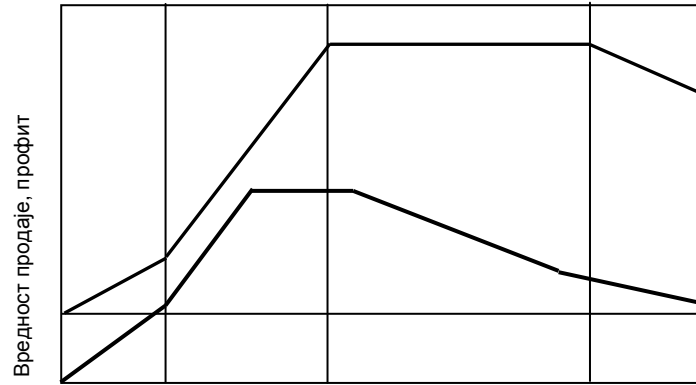
10. Instrumenti marketing-miksa su:

- a) proizvod, cena, distribucija, promocija,
- b) cena, rok isporuke, kvalitet i distribucija,
- v) proizvod, promocija, kvalitet, cena.

11. Faze u razvoju novog proizvoda:

1. \_\_\_\_\_,
2. \_\_\_\_\_,
3. \_\_\_\_\_,
4. \_\_\_\_\_,
5. \_\_\_\_\_,
6. \_\_\_\_\_,
7. \_\_\_\_\_.

12. Na slici koja sledi unesite faze životnog ciklusa proizvoda.



13. Šta je to marka proizvoda? \_\_\_\_\_

14. Navesti bar tri elementa politike formiranja cena: \_\_\_\_\_

15. Navesti bar tri metoda formiranja cena:

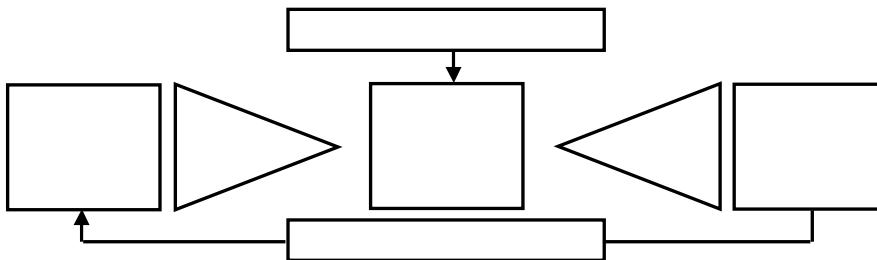
6. \_\_\_\_\_,
7. \_\_\_\_\_,
8. \_\_\_\_\_.

16. Šta je to fizička distribucija? \_\_\_\_\_

17. Oblici promocije su:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

18. Dopisati elemente procesa komuniciranja na slici koja sledi



19. Elementi lične prodaje su: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ i \_\_\_\_\_.

20. Navesti neke od metoda za unapređenje prodaje: \_\_\_\_\_

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
Технички факултет "Михајло Пупин"  
Зрењанин

Пријемни испит за школску 2011/2012. годину  
Предмет: МАРКЕТИНГ

1. Шта је маркетинг (општа дефиниција/дефиниција према АМА)? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Наведите бар три (од 5) функције тржишта: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Наведите бар три (од 7) критеријума за поделу тржишта:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Предузеће може да одабере једну од следећих стратегија:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

5. Сматра се да добра информација мора бити

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

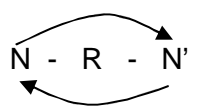
6. Основне функционалне компоненте или подсистеми развијеног МИС-а су:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

7. Планирање маркетинга је: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Објасните слику

	Објашњење _____ _____ _____
---	-----------------------------------

9. Навести форме организовања маркетинг активности:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

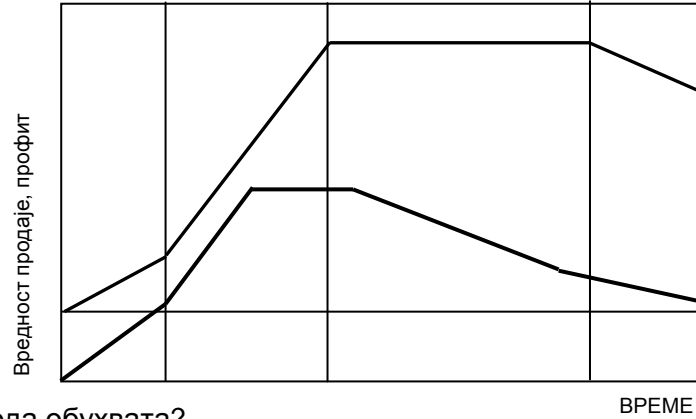
10. Инструменти маркетинг-микса су:

- а) цена, рок испоруке, квалитет и дистрибуција,
- б) производ, промоција, квалитет, цена,
- в) производ, цена, дистрибуција, промоција.

11. Пет нивоа производа:

- 8. \_\_\_\_\_,
- 9. \_\_\_\_\_,
- 10. \_\_\_\_\_,
- 11. \_\_\_\_\_,
- 12. \_\_\_\_\_.

12. На слици која следи унесите фазе животног циклуса производа.



13. Квалитет производа обухвата? \_\_\_\_\_

14. Навести бар три елемента политике формирања цена: \_\_\_\_\_

15. Типични циљеви које предузеће себи поставља при одређивању цене:

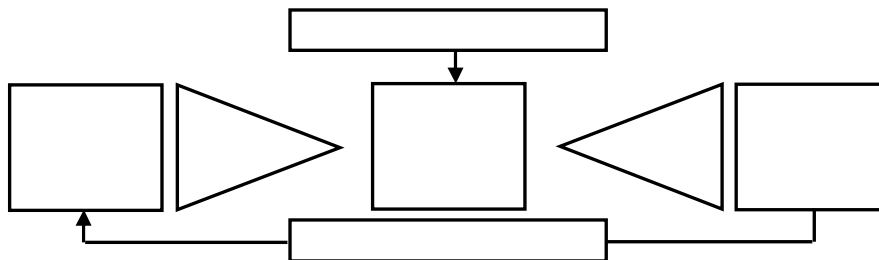
- 9. \_\_\_\_\_,
- 10. \_\_\_\_\_,
- 11. \_\_\_\_\_,
- 12. \_\_\_\_\_,
- 13. \_\_\_\_\_.

16. Навести стратегије дистрибуције \_\_\_\_\_

17. Облици промоције су:

- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_,
- \_\_\_\_\_.

18. Дописати елементе процеса комуницирања на слицу која следи



19. Публицитет је: \_\_\_\_\_

20. Навести моделе понашања потрошача: \_\_\_\_\_