

- 1.)  
Ena izmed značilnosti medorganizacijskega trga je **neprožno povpraševanje**. Na konkretnem primeru razložite, kaj to pomeni!
- 2.)  
Čim nazorneje razložite, kaj bi bilo značilno za zavarovalnico, ki bi poslovala v skladu s **prodajnim konceptom**!
- 3.)  
Podjetje je izmed dveh tržnih segmentov izbralo kot svoj **ciljni trg** tisti segment, ki je **relativno večji** oziroma ima večji tržni potencial. - Ali je ravnalo pravilno?
- 4.)  
Na primeru (lahko izmišljenem) razložite strategijo blagovne znamke, ki jo imenujemo **strategija več blagovnih znamk**! Katere **pasti** so povezane z njo?
- 5.)  
Katero **strategijo distribucije** (glede na število posrednikov na **posamezni ravni** tržne poti) bi predlagali za prodajo gospodinjskih aparatov? - Utemeljite svoj predlog in kratko opišite strategijo distribucije, ki jo predlagate!
- 6.)  
Na primeru zobozdravstvene storitev razložite **spremenljivost** kot eno od temeljnih značilnosti storitve! Kateri so **koraki oz. ukrepi**, s katerimi skušamo čim bolj **zmanjšati** neugodne posledice te značilnosti?
- 7.)  
**Orodja trženjskega komuniciranja** se razlikujejo glede na stroškovno učinkovitost v različnih stopnjah življenjskega cikla izdelka. Katera orodja bi zato predlagali kot **stroškovno najučinkovitejša** na posamezni stopnji življenjskega cikla izdelka?
- 8.)  
Katere od spodnjih trditev so po vašem mnenju **pravilne**?

5 točk \_\_\_\_\_

- a. Družina je ena temeljnih in najbolj vplivnih zelenih referenčnih skupin, ki vplivajo na porabnikovo nakupno vedenje.
- b. Življenjski cikel izdelka ima pri večini izdelkov podobno obliko in dolžino.
- c. Zaznana vrednost v očeh kupca je razlika med kupčevo oceno vseh koristi in vseh stroškov neke ponudbe ter zaznanih nadomestnih možnosti
- d. Trženjsko raziskovanje se ukvarja s pridobivanjem vsakodnevnih podatkov o dogajanju na trgu in v širšem okolju trženja.
- e. Bistvena pomanjkljivost določanja cene s pribitkom je, da je stroške praviloma težko ugotoviti.

9. Pri naslednjih trditvah obkrožite tiste, za katere menite, da so **pravilne!**

10 točk \_\_\_\_\_

- a) Stroški posameznih dejavnosti tržne logistike so medsebojno povezani – če zmanjšamo ene, se lahko drugi povečajo.
- b) Zaznana vrednost v očeh kupca je zaznana denarna vrednost spleta ekonomskih, funkcionalnih in psiholoških koristi, ki jih kupec pričakuje od določene ponudbe.
- c) Povpraševanje lahko merimo za različne ravni izdelka, za različne ravni prostorskih razsežnosti ter za različne časovne ravni.
- d) Porabnik se pri iskanju informacij v procesu svojega nakupnega odločanja poslužuje poslovnih in osebnih virov.
- e) Tržniki z raznolikimi orodji trženjskega komuniciranja ustvarjajo potrebe.
- f) Če podjetje razvrsti porabnike na zveste in nezveste njegovi blagovni znamki, potem je uporabilo vedenjsko osnovo za segmentacijo trga.
- g) Pri oblikovanju sporočila za trženjsko komuniciranje moramo paziti tudi na vsebino sporočila, ki jo lahko predstavimo s pomočjo razumskega, čustvenega in moralnega poziva.
- h) Psihična bližina je eden od dejavnikov, ki vpliva na to, na kateri izmed mogočih tujih trgov bo podjetje vstopilo.
- i) Zaposleni, ki so nesposobni in nemotivirani za delo, so eden glavnih povzročiteljev druge vrzeli v modelu kakovosti storitev.
- j) Če podjetje poleg čokolade pod istim imenom proizvaja tudi sladoled (primer blagovne znamke Mars), pravimo, da uporablja širitev blagovne znamke (kot strategijo blagovne znamke).