

TEMELJI TRŽENJA: 3.2.2002 okvirna vprašanja

1. Poslanstvo EF: na kaj se naj oprejo pri poslanstvu? Na katera pomembnejša vprašanja naj odgovarja definicija poslanstva?
2. Joga center: kako naj prijateljica postavi ceno? Na njenem primeru razloži razlikovanje cen.
3. Življenjski cikel modne muhe in normalna krivulja ŽC. Pojasni, na grafikonu označi osi. S kakšno cenovno strategijo bi vstopil na trg, če bi vedel, da bo tvoj izdelek modna muha. Zakaj? (10 točk)
4. Medorganizacijski nakupi se razlikujejo glede na zapletenost naročila, števila dobaviteljev in časovnega okvira. Razloži! (Na kaj vse vpliva - to kao cena višja, stroški, čas dobave, kakovost,...??to ne vem čist točn)
5. Vaše podjetje je ugotovilo, da je prodaja sadnega jogurta padla. Na tem primeru pojasni tri raziskovalne metode, ki bi jih uporabil?
6. Imeli smo našeta orodja za posamezne oblike tržnega komuniciranja, pa si moral povezovat. (npr. pospeševanje prodaje - nagradne igre, popusti; oglaševanje - brošure, filmi,...)
7. Razloži nakupni proces in ga med seboj primerjaj na primeru bele tehnike in netrajne dobrine (npr. prehrambni izdelki), pri tem upoštevaj zavzetost za nakup. Za oba primera pojasni kakšen komunikacijski splet bi jima izbral. Zakaj? (10 točk)
8. Ste zaposleni v turistični agenciji in prodajate 7-dnevne pakete za smučanje v Italiji, Avstriji in Švici. Kako boste vplivali na lastnost storitev: spremenljivost?
9. Naštej in obrazloži tri pojmovanja novega izdelka z vidika podjetja in z vidika porabnika.