

TEMELJI TRŽENJA

izpit 2.2.2004

Za 5 točk:

1. Na primeru poljubno izbranega slovenkega podjetja, razloži en trženjski koncept
2. Na primeru Union-Mercator (pijače) razloži tokove na tržnih poteh
3. Napiši kazalnike za segmentacijo medorg. trga po velikosti in kako bi temu prilagodil trž. splet.
4. Izračunaj cenovno elastičnost povpraševanja (imel si podatke) in povej pri kateri ceni bi bil dobiček višji
5. Nariši percepcijski zemljevid izdelka, ki ga pogosto uporabljaš, tako da bo jasno zaznavanje BZ na trgu. Razloži zakaj si na x in y os dal te lastnosti.
6. Napiši primer izdelka za BZ proizvajalca in trgovsko BZ. Prednosti trgovske BZ
7. Za vsako od petih oblik trž. komuniciranja napiši po dve orodji
8. Katere načine vstopa na tuj trg bi odsvetoval podjetju, ki nima nobenih izkušenj na tujem trgu (ima pa presežne zmogljivosti)
9. Obkroži pravilne trditve...
10. Obkroži pravilne trditve...

Za 10 točk:

Primer Kolinska, ki želi uvesti nov izdelek. Napiši vire iskanja novih idej, ki jih priporočaš. Recimo da se pol odloči za eno idejo - kako naj preverja, spremlja, če je prav izbralo... Kakšno obliko trž. komuniciranja predlagaš v fazi uvajanja, v fazi rasti in v fazi zrelosti? S katerimi orodji pospeševanja prodaje naj spodbudi prvi nakup? (nekaj takega v glavnem)

izpit 19.1.2004

Za 5 točk:

1. na primeru proizvajalca oblek razloži proizvodni koncept
2. na primeru proizvajalca športne opreme opredeli kulturno okolje (priložnosti in nevarnosti)
3. na primeru podjetja Gorenje opredeli širitev BZ (Strategije BZ)
4. kako si konkurirata podjetji ki uporabljata strategiji visokih cen in strategijo izredne vrednosti
5. Tržne poti pri proizvajalcih mesnih izdelkov (neka čudna primerjava s konkurenti)
6. Kako je pri restavraciji pomemben fizični dokaz o storitvi
7. Kako bi organizirali oddelek za trženje v primeru proizvajalca, ki dela čaje, kavo,...
8. Katero strategijo izbire trga bi bilo ustrezno za konkretno podjetje
9. vpr. za obkroževanje o medorganizacijskem trgu
10. vpr. za obkroževanje segmentiranja trga

Za 10 točk:

Imel si konkreten primer in si moral napisati nekaj o segmentiranju trga proizvajalca piškotov, o pozicioniranju, tržnem komuniciranju in še posebej si moral napisati, katero strategijo naj izbere (push ali pull).