

**Izpit TEMELJI TRŽENJA** januar 2005-01-17

1. Razloži takojšnji in prilagojeni ponovni nakup, kaj je ugodneje za uveljavljenega dobavitelja? (5T)
2. Kaj je prikrito in kaj je negativno povpraševanje, primer za vsakega in kaj je naloga trženja pri vsakem? (5T)
3. Napiši pet razlogov za neuspeh novega izdelka, ter predlagaj kaj naj naredi podjetje, da se temu izogne. (5T)
4. Imel si podano PC, FC in AVC pa si moral izračunati točko preloma in povedati, kako lahko podjetje vpliva na točko preloma (viša PC ali nižja AVC). (5T)
5. Kateri dodatne sestavine trženjskega spleta- dodatni 3-P-ji se pojavljajo pri storitvah in kako so povezani z lastnostmi storitev, razloži (vprašanje je bilo sicer malo na daljše napisano, ampak vsebinsko je zahtevalo to). (10T)
6. Naštej 3 najpogostejše vzroke za motnje v komuniciranju med oddajnikom in sprejemnikom. (5T)
7. Imel si podatke o celotnem in relativnem tržnem deležu. Razloži zakaj se podatka razlikujeta, katerega (celotnega ali relativnega) je lažje oceniti in svojo razlago utemelji. (5T)
9. Kratka vprašanja: dopolni
  - Podjetje ima več izdelkov za gospodinjstva. Zato je najbolje, da podjetje organizira trženje na \_\_\_\_\_.
  - Enega posrednika ima tržna pot \_\_\_\_\_.
  - Pri ocenjevanje privlačnosti tržnih segmentov podjetje upošteva velikost segmenta in njegovo rast, njegovo konkurenčno strukturo in \_\_\_\_\_.