

Nabor vprašanj za pisni izpit pri predmetu: Trženje med organizacijami B2 – magistrski študij Managementa

1. **Opreделите pojem organizacije, ter vrste in obliko organizacije na dejavnost, ki jo opravljajo!**
2. **Vpliv okolja na razvoj organizacije in pomen managementa kot procesa, kjer organizacije delujejo.**
3. **Opreделите oris poslovnih dejavnikov (notranji in zunanji) na gospodarsko značilnost organizacije (poslovno sposobnost, družbeno delitev dela, strukturo organizacije...).**
4. **Kaj je organiziranost organizacije ter vloga managementa in politike organizacije.**
5. **Kako managerji obvladujejo organizacijo glede na kulturno etične in moralne značilnosti v prostoru, kjer delujejo? Kaj pa vrednote posameznika?**
6. **Vrste odločanja managerjev v razmerah kompleksnosti organizacije in okolja. Kako poteka odločanje?**
7. **V čem je bistvo urejenosti organizacije in urejenosti zadev?**
8. **Opreделите pomen posloводства in vodenja. Ali obstajajo razlike po interesih deležnikov oziroma po interesih udeležencev, ter zaposlenih v organizaciji?**
9. **Kako potekajo pogajanja kot dejavnost usklajevanja nasprotij in izvajanja pogajanj? Obrazložite na praktičnem primeru vaše organizacije.**
10. **Kako bi opredelili zmožnosti in znanje za obvladovanje organizacije (ustvarjalnost, strokovnost, etičnost, zmožnost za vodenje, odgovornost)?**
11. **Vloga in načini dela managerjev so bistvenega pomena v hitro spreminjajočem se času in okolju. Opreделите, na katera vprašanja bi se morali/moral vprašati manager ali posameznik pred nastopom in prevzemom odgovornega položaja v organizaciji?**
12. **Merjenje in presojanje kot naloga vseh v organizaciji. Opreделите merila in presojo, ki jih managerji opredeljujejo v politiki organizacije (dolgoročno, srednjeročno-razvojno in kratkoročno-tekočo politiko).**
13. **Opreделите pomen politike organizacije s politiko trženja in strategijo za doseganje ciljev.**
14. **Uspešnost vseh organizacij izhaja iz menjalnih razmerij med organizacijo in njenimi udeleženci. Kako nastaja politika organizacije in kakšna je vloga trženja pri tem?**
15. **Opreделите dogmatski-načelni-teoretični pristop trženja v primerjavi s pragmatičnim, postopnim-praktičnim pristopom trženja?**
16. **Pomen in vsebina trženja med organizacijami glede na vrsto in deleže trženja organizacije. Opreделите na praktičnem primeru vaše organizacije.**
17. **Kakšen je pomen in oblika trženja med organizacijami (nabavno, prodajno trženje).**
18. **Opreделите pomen outsourcinga – poverjanje dejavnosti drugim organizacijam. Zakaj je to učinkovitejši način (če je?) oskrbovanja z materiali?**
19. **Sodobni trendi v trženju (sklenitev posla, nabava v trženju, razmerje med udeleženci).**
20. **Snovanje strategije trženja (prepoznavanje ciljev, tržna raziskava. Kakšen je po vašem mnenju potek raziskave?**

21. Kako segmentiramo tržišče glede na makro in mikro značilnosti organizacije? Katere spremenljivke je modro upoštevati?
22. V čem je bistvo napovedi prodaje po vsebini (količinske in vrednostne napovedi, tržni potencial, prodajna kvota).
23. Opredelite sodobno pojmovanje strategij in kakšna je vloga inovatorjev-kolonizatorjev v primerjavi z realizatorji-konsolidatorji?
24. Opredelite strategijo v nabavnem trženju natanko ob času-
25. Just in Time (JIT) ter za vsak slučaj- Just in Case (JIC). V čem je razlika pri oskrbovanju?
26. Opredelite elemente konkurenčne prednosti organizacije, ki lahko bistveno vplivajo na uspešnost poslovanja organizacije.
27. Marketinški splet sestavljajo dejavniki, elementi ter sestavine tržne ponudbe. Opredelite najpomembnejše elemente tržne ponudbe.
28. Opredelitev in značilnosti pogojev tržne ponudbe. Pogoji obsegajo vse sestavine protivrednosti, ki jo dobavitelj pričakuje od odjemalca glede na koristi proizvoda. Katere so značilnosti pogojev tržne ponudbe, izdelkov ali storitev, ki se pojavljajo v vsakodnevni praksi poslovanja?
29. Opredelite koncepte in cilje tržnih poti organizacije, ki z izdelki in storitvami povezuje reprodukcijski proces dobavitelja in odjemalca.
30. Opredelite merjenje uspešnosti tržnih poti (logistične dejavnosti) z vidika sestavin in urejenosti organizacije.
31. Zakaj imajo Japonci nizke stroške oziroma zakaj so njihovi izdelki konkurenčni v svetovnem merilu? Kje je bistvena razlika med ameriškim in japonskim načinom oblikovanja tržne cene?
32. Ali poznate načine in metode, da bi imeli uspešno promocijo za izdelke in storitve brez najmanjših vlaganj? Kako bi tovrstno aktivnost izvedli v organizaciji, ki je razmeroma mlada in majhna, vendar ambiciozna organizacija in ima že zanimive tržne rezultate in prodor z izdelki ter storitvami v industrijsko razvite države?
33. Opredelite, katera so najpomembnejša orodja za tržno komuniciranje?
34. Kaj zajema priprava in kaj izvajanje tržnih aktivnosti v organizaciji? Kdo so odgovorni izvajalci in kako jih nadziramo?
35. Opredelite, kako bi oblikovali kritično oceno učinkovitosti v trženju in kdaj je potrebna revizija v trženju?
36. Opišite prednosti in slabosti uporabe interneta v vsakdanjem trženju med organizacijami, s posebnim poudarkom na varnosti podatkov v zasebnih omrežjih?