Orijentaciona pitanja za kolokvijum

122.strana Razumevanje ponašanja potrošača

1. Dve ključne kategorije potrošačkih jedinica – navesti/ukratko objasniti

2. Osnovne teorije o procesu kupovine – navesti/ukratko objasniti

3. Kupac/potrošač/korisnik – objasniti razliku između pojmova

4. Ključne faze procesa odlučivanja o kupovini

5. Ključni faktori koji utiču na ponašanje potrošača

6.U okviru socijalnih faktora, objasniti uticaj porodice kao primarne referentne grupe koja utiče na ponašanje potrošača.

7. Navesti i objasniti tri ključna perceptivna procesa koji utiču na ponašanje potrošača

8. Maslovljeva hijerarhija potreba

9. Klasifikacija emocija

10. Karakteristike marketinga proizvodnih dobara

11.Pet ključnih kategorija kupaca na poslovnom tržištu

12.Osam faza procesa poslovne kupovine

13. Klasifikacija proizvoda i usluga na poslovnom tržištu

155.strana Analiza konkurencije

14. Ključne konkurentske sile prema Porteru

15. Koraci po kojima se realizuje proces analize konkurencije – navesti i ukratko objasniti

16. Pojam benčmarkinga