

PONAŠANJE POTROŠAČA

ISPITNA PITANJA ZA ŠKOLSKU 2013/14.

1. Definisane ponašanja krajnjih potrošača
2. Interdisciplinarnost ponašanja krajnjih potrošača
3. Istraživanje ponašanja potrošača u marketing istraživanjima
4. Ponašanje potrošača i marketing strategija
5. Integrisani model ponašanja krajnjih potrošača
6. Geografski faktori ponašanja krajnjih potrošača
7. Broj stanovnika
8. Pol stanovnika
9. Starosna i etnička struktura stanovništva
10. Obrazovna struktura stanovništva, zaposlenost i zanimanje
11. Makroekonomski uslovi
12. Kupovna moć potrošača
13. Spremnost potrošača na potrošnju i struktura potrošnje
14. Pojam i karakteristike kulture
15. Uticaj globalne kulture na ponašanje potrošača i marketing strategiju
16. Uticaj društvenog sloja na ponašanje potrošača i marketing strategiju
17. Pojam i vrste referentnih grupa
18. Uticaji referentnih grupa
19. Pojam lidera – vođa mišljenja
20. Uticaj vođa mišljenja na marketing strategiju
21. Profil vođe mišljenja
22. Porodica
23. Stil života
24. Definisane i elementi percepcije
25. Proces percepcije
26. Pozicioniranje i repozicioniranje proizvoda/usluga
27. Pozicioniranje zemlje
28. Percipiranje cena i kvaliteta proizvoda/usluga i njihovih međusobnih odnosa
29. Percipirani rizik
30. Pojam i osnovni elementi učenja
31. Teorije učenja
32. Pojam i determinante ličnosti
33. Teorije ličnosti
34. Uticaj karakteristika ličnosti na ponašanje u potrošnji
35. Definisane i formiranje stavova krajnjih potrošača
36. Situacioni faktori ponašanja krajnjih potrošača
37. Faze u procesu odlučivanja o kupovini
38. Tipovi ponašanja krajnjih potrošača u kupovini
39. Pojam, funkcije i karakteristike organizacija
40. Pojam i aktivnosti nabavke
41. Trendovi u oblasti nabavke
42. Značaj nabavke
43. Karakteristike poslovnih tržišta

44. Razlike između organizacija i krajnjih potrošača
45. Faktori makro okruženja
46. Faktori mikro okruženja
47. Ciljevi i zadaci nabavke
48. Politika i procedura nabavke
49. Struktura i sistem nabavke
50. Centar kupovine
51. Specifičnosti procesa kupovine na poslovnom tržištu
52. Anticipiranje i prepoznavanje potreba organizacija
53. Određivanje karakteristika i količina proizvoda
54. Specifikacija traženih karakteristika i količina
55. Traženje i klasifikacija potencijalnih dobavljača
56. Prikupljanje i analiza ponuda
57. Procena ponuda i izbor dobavljača
58. Izbor redosleda nabavke
59. Ocena obavljenog posla
60. Tipovi kupovine na poslovnom tržištu