

**Otázky na ŠZS inžinierske štúdium**  
**Marketing**  
**Ak. rok 2003/2004**

**1. Vznik, vývoj a formy obchodu**

- význam obchodu pre rozvoj hospodárstva štátu.
- funkcie zahraničného obchodu pri hospodárskom rozvoji štátu, komoditná a teritoriálna štruktúra zahraničného obchodu SR

**2. Význam zvláštnych a osobitných druhov zahranično obchodných operácií pri zapájaní slovenskej ekonomiky do medzinárodnej deľby práce**

- druhy dokumentárnych platieb a ich význam pre partnerov v zahraničnoobchodných operáciách – dokumentárne inkaso, dokumentárny akreditív/formy a metódy.
- nové trendy v dokumentárnych platbách. Elektronické inkasá, akreditívy. Právna úprava domáca

**3. Riziká v zahraničnom obchode a systém ich eliminácie (definície riziká, členenie rizík, osobitné druhy rizík)**

- platobná podmienka ako forma minimalizácie rizika
- miesto platobnej podmienky v obchodnom styku
- faktory výberu platobnej podmienky, význam bankových inštrumentov, čas platenia, miesto platenia, spôsob úhrady

**4. Colná a cenová politika**

- význam v zahraničnom obchode
- metódy cenotvorby

**5. Príprava a realizácia vývozne obchodnej operácie**

- teritoriálny komoditný cenový prieskum
- dokumentačné a zmluvné zabezpečenie vývozu
- dokumenty v zahraničnom obchode – šeky, zmenky. Odkup pohľadávok
- miesto klasických a elektronických dokumentov v nových formách obchodného styku

**6. Európska únia a Slovenská republika**

- ciele a výsledky západoeurópskej integrácie
- prínos zo vstupu SR do EU pre nás
- od Maastrichtskej zmluvy o Európskej únii z r. 1991 po Aténsky summit r. 2004

**7. Budovanie ziskových podnikov prostredníctvom marketingu na svetovej úrovni**

**8. Využitie marketingu na chápanie hodnoty, vytváranie komunikácie a poskytovanie hodnoty**

**9. Identifikácia trhových príležitostí a vypracovanie cielených hodnotových ponúk**

**10. Tvorba hodnotových proklamácií a budovanie hodnoty značky**

- tvorba marketingového mixu

### **11. Medzinárodné prostredie a jeho vplyv na medzinárodné podnikanie**

- interkultúrna senzibilita v medzinárodnom marketingu

### **12. Získavanie, udržiavanie a kultivovanie zákazníkov**

- tvorba a poskytovanie väčšej hodnoty zákazníkovi

### **13. Adaptácia na nový vek elektronického marketingu**

- moderné trendy v marketingu

### **14. Medzinárodný marketing, jeho koncepcia a špecifiká**

- vplyv medzinárodného marketingového prostredia na marketingovú komunikáciu
- globálna a lokálna reklama

### **15. Marketing blízkej budúcnosti a jeho perspektívy**

- marketing služieb
- spojitosť služieb a výrobkov