

**Otázky na štátne záverečné skúšky – inžinierske štúdium
ak. rok 2001/2002**

MARKETING

1. Vysvetlite možnosti využívania elektronického marketingu a ich realizáciu v podmienkach SR.
2. Vysvetlite proces vyhodnocovania a kontroly trhovej výkonnosti podniku s dôrazom na alternatívnu voľbu nápravných opatrení.
3. Vysvetlite stratégiu nízkych cien na domácom a zahraničnom trhu a spôsoby ako jej úspešne odolávať.
4. Vysvetlite proces efektívneho marketingového plánovania. Dôraz položte na štruktúru a tvorbu podnikových marketingových plánov zameraných na domáci, ale i zahraničný trh.
5. Vysvetlite historický vývoj organizácie podnikového marketingu s dôrazom na súčasnosť a budúcnosť.
6. Vysvetlite proces tvorby a poskytovania vyššej hodnoty pre zákazníka pri porovnaní sa s konkurenciou.
7. Vysvetlite proces získavania, udržiavania a pestovania lojality zákazníkov.
8. Vysvetlite proces realizácie marketingového mixu ako nástroja pre trvalý rozvoj a prosperitu podniku.
9. Vysvetlite proces zvyšovania miery úspešnosti trhového uvádzania nových výrobkov a služieb.
10. Stručne vysvetlite proces identifikácie marketingových príležitostí podniku s dôrazom na stredné podniky.
11. Vysvetlite zásady výberu efektívnych trhových segmentov pre trhy spotrebných tovarov a trhy služieb.
12. Vysvetlite pracovné postupy manažéra pre propagáciu pri zabezpečovaní komplexného marketingového mixu podniku pri dvojstupňovom riadení.
13. Vysvetlite proces tvorby a realizácie podnikovej logistiky a fyzickej distribúcie pri výrobe spotrebných predmetov.
14. Vysvetlite zvláštnosti marketingu služieb.
15. Vysvetlite podnikového marketingové aktivity späté s jednotlivými fázami životného cyklu produktu.
16. Vysvetlite proces identifikácie konkurencie a tvorbu konkurenčného informačného systému s dôrazom na morálny a etický princíp podnikania.

17. Vysvetlite proces prognózovania vývoja trhu a merania dopytu domáceho a zahraničného trhu.
18. Vysvetlite pôsobenie hlavných faktorov pri tvorbe marketingovej a implantačnej stratégie na svetových trhoch.
19. Vysvetlite proces rozhodovania o podnikovej, komunikačnej a distribučnej stratégii v podmienkach medzinárodných trhov.
20. Vysvetlite hlavné prvky organizačných prác a obchodných podmienok medzinárodných tovarových preprav s uvedením obsahu prepravných dokumentov.
21. Vysvetlite priebeh obchodnej operácie v zahraničnom obchode s uvedením príkladov praxe v SR. Vývozný obchodný prípad do krajín EÚ a jeho fázy.
22. Význam medzinárodnej prepravy a dopravy pre zahraničný obchod. Colná politika SR pri vstupe do EÚ.
23. Vysvetlite medzinárodný marketing ako prvok filozofie podnikania a politiky získavania zákazníka v podmienkach globalizácie trhov.
24. Vysvetlite faktory marketingového prostredia podniku s dôrazom na domáce trhy, zahraničné trhy a proces globalizácie trhov.
25. Vysvetlite súčasné trendy vývoja marketingu s dôrazom na domáce a zahraničné trhy.
26. Predpoklady využívania zvláštnych obchodných operácií pri zvyšovaní vývozu zo SR, s dôrazom na možnosti znižovania rizika pri vývoze tovaru do krajín bývalého Sov. zväzu.
27. Vysvetlite, aké výhody prináša realizácia medzinárodného marketingu pre činnosť podnikov SR.
28. Vysvetlite proces realizácia kontroly marketingových činností v podnikoch SR.
29. Vysvetlite proces priameho marketingu a ONLINE marketingu pri predaji spotrebných predmetov.
30. Vysvetlite medzinárodný platobný styk pri dovoze produktov z krajín EÚ.