

Okruhy otázek ke zkoušce z marketingu II. Ročník studia management TVS bakalářské studium

1. Pojem marketing, jeho druhy
2. Marketingová filosofie firmy
3. Analýza charakteristických znaků trhu
4. Průzkum trhu – zdroje dat, kvantitativní a kvalitativní metody
5. Průzkum trhu – cíle, volba vzorku
6. Konstrukce dotazníku pro marketingový výzkum
7. Průzkum chování spotřebitele a jeho důsledky pro marketing
8. Průzkum konkurence
9. Zákon na ochranu spotřebitele
10. Produkt a jeho specifikace, sortiment, značka
11. Sportovní produkt a jeho klasifikace
12. Životní cyklus produktu – etapa zavádění, růstu
13. Životní cyklus produktu – etapa stabilizace, útlumu
14. Marketingové strategie v etapě zavádění produktu a růstu
15. Marketingové strategie ve etapě stabilizace a útlumu.
16. Základní informace nutné pro tvorbu cenové strategie
17. Metody cenové tvorby
18. Druhy propagace – reklama, publicita, PR, opatření na podporu prodeje a osobní prodej
19. Funkce reklamy a její návaznost na obchodní zákoník
20. Doporučení pro efektivní formy televizní a rozhlasové reklamy
21. Doporučení pro efektivní tvorbu tištěných reklam
22. Sportovní reklama a její charakteristiky
23. Zákon o regulaci reklamy
24. Klamavá a srovnávací reklama
25. Propagační strategie a ukazatelé její účinnosti.
26. Marketingové strategie pro pozici tržního vůdce
27. Marketingové strategie pro pozici tržního vyzyvatele
28. Marketingové strategie pro pozici tržního následovatele
29. Marketingové strategie pro pozici tržního troškaře
30. Struktura marketingového plánu

