

Okruhy na štátnu rigoróznú skúšku

1. Charakterizujte proces marketingového riadenia.
2. Popíšte proces strategického plánovania.
3. Priblížte základné časti podnikového informačného systému.
4. BCG matica, obsah jej súradníc.
5. Charakterizujte maticu životného cyklu produktu.
6. Popíšte marketingové prostredie podniku.
7. Uvedte rozdiely medzi marketingovou stratégiou a marketingovým plánom.
8. Marketingové plánovanie, štruktúra marketingového plánu.
9. Charakterizujte typy marketingovej kontroly.
10. Miesto produktu v marketingovom mixe, „produktový program“ podniku.
11. SWOT analýza.
12. Popíšte a vysvetlite distribučný program podniku.
13. Program komunikácie ako súčasť celkového plánu organizácie.
14. Výber cieľového trhu – predpoklad úspešného pôsobenia firmy na trhu.
15. Cenový program – súčasť celkovej stratégie podniku.
16. Vplyv ekonomických procesov na tvorbu cien.
17. Marketingový informačný systém, štruktúra a charakteristika jednotlivých častí MIS.
18. Rozhodnutie pri výbere trhovej pozície.
19. Algoritmus tvorby marketingovej komunikačnej stratégie.
20. Značka – tvorba špecifickej a jedinečnej identity.
21. Cieľové skupiny – segmentácia trhu.
22. Marketingový audit – rozdelenie, postup pri realizácii auditu.
23. Integrovaná marketingová komunikácia.
24. Popíšte plán marketingovej komunikácie.
25. Mediálne plánovanie, proces plánovania médií.