

**ISPITNA PITANJA  
MARKETING LOGISTIKA  
(ŠKOLSKA 2023/2024 GODINA)**

1. Marketinška orijentacija logističkog upravljanja
2. Definisane osnovnih logističkih termina
3. Kreiranje logističke vrednosti
4. Troškovi logistike na makro nivou
5. Troškovi logistike na mikro nivou
6. Kratak osvrt na bazične logističke poslove
7. Međuzavisnosti logističkih aktivnosti i njihovih troškova
8. Faktori rastućeg značaja logistike
9. Definicija kanala marketinga
10. Neophodnost postojanja marketinških posrednika
11. Tipovi marketinških kanala
12. Izbor kanala marketinga
13. Pojam, suština i vrste kanala fizičke distribucije
14. Kanali fizičke distribucije kontrolisani od proizvođača
15. Kanali fizičke distribucije kontrolisani od maloprodaje
16. Faktori izbora kanala fizičke distribucije sa aspekta proizvođača
17. Faktori izbora kanala fizičke distribucije sa aspekta maloprodaje
18. Tradicionalni, segmentarni pristup upravljanja marketing logistikom
19. Integralni pristup upravljanja marketing logistikom
20. Logističko shvatanje servisa potrošača
21. Komponente servisa potrošača
22. Značaj servisa potrošača u funkciji izbegavanja propuštenih prodaja
23. Odnos servisa potrošača i logističkih troškova
24. Zadaci politike servisa potrošača
25. Definisane ciljeva i politike servisa potrošača
26. Strategija servisa potrošača kao novo jezgro konkurentnosti preduzeća
27. Identifikacija relevantnih komponenti servisa potrošača
28. Ocena konkurentnosti performansi servisa potrošača
29. Matrično pozicioniranje ključnih komponenti servisa potrošača
30. Segmentacija tržišta za potrebe pozicioniranja strategije servisa potrošača
31. Koncipiranje kontribucione matrice i rangova servisa potrošača
32. Postavka paketa ponude firme – standarda servisa potrošača
33. Kontrola sprovođenja utvrđenih standarda servisa potrošača
34. Karakteristike i specifičnosti tražnje za transportnim uslugama
35. Karakteristike i specifičnosti transportne ponude
36. Specifičnosti uspostavljanja ravnoteže na transportnom tržištu
37. Pojam i karakteristike transportnog tržišta
38. Regulacija transportnog tržišta
39. Instrumenti regulisanja transportnog tržišta
40. Liberalizacija i deregulacija saobraćajnog tržišta
41. Koncept i dometi deregulacije transportnog tržišta
42. Harmonizacija uslova privređivanja kao predpostavka deregulacije transportnog tržišta
43. Podela troškova transporta prema njihovoj ekonomskoj suštini
44. Podela troškova transporta po mestu njihovog nastanka
45. Podela troškova transporta prema njihovoj zavisnosti od stepena iskorišćenja kapaciteta
46. Cena koštanja transportnih usluga i faktori od kojih ona zavisi
47. Opšti pristupi i principi formiranja prevoznih cena
48. Koncepti formiranja tarifa u uslovima monopolskog položaja železnice na tržištu

49. Koncepti formiranja železničkih tarifa u uslovima konkurencije na transportnom tržištu
50. Karakteristike postojećeg tarifskog sistema na nacionalnoj železnici
51. Pravci neophodnih promena u politici železničkih tarifa na našoj železnici
52. Formiranje i politika cena u pomorskom saobraćaju
53. Domen transportnog menadžmenta
54. Bazični načini organizovanja transporta
55. Usmerenost proizvoda ka pojedinim transportnim vidovima
56. Samostalno obavljanje i/ili rentiranje prevoznih usluga
57. Konkurentske prednosti i nedostaci železnice
58. Konkurentske prednosti i nedostaci drumskog transporta
59. Konkurentske prednosti i nedostaci vodenog transporta
60. Konkurentske prednosti i nedostaci vazdušnog transporta
61. Optimizacija u transportu
62. Integralni vs. kombinovani transport i tehnologije integralnog transporta
63. Palete i kontejneri: primarni vidovi integralnog transporta
64. Integralni sistemi transporta: tehnologija vozilo – vozilo
65. Integralni sistemi transporta: tehnologije kombinovanja kopno-more i reka-more
66. Aspekti upravljanja zalihama u preduzeću
67. Diferenciranje vrsta zaliha i sistema dopunjavanja zaliha u preduzeću
68. Kontinuelni sistem dopunjavanja zaliha
69. Periodični sistem obnavljanja zaliha
70. ABC analiza u upravljanju zalihama
71. Značaj, funkcije i okvir za upravljanje skladištenjem
72. Broj skladišta (centralizacija vs. decentralizacija skladišnog sistema firme)
73. Lokacija skladišta
74. Informacije kao podloga za donošenje upravljačkih odluka u firmi
75. Međuzavisnost informacionih i tokova proizvoda u logistici
76. Funkcionalnost i principi logističkog informisanja
77. Dizajniranje logističkog informacionog sistema
78. Upravljanje sistemom poručivanja u preduzeću
79. Procesiranje potrošačkih porudžbina
80. Tokovi informacija tokom procesiranja porudžbine
81. Informacioni tehnologije kao podrška razvoju LIS-a

