

## IZPIT EKONOMIKA IN TRŽENJE

### 13. junij 2005

1. Kaj bi se zgodilo z obsegom trga če bi Mura povišala ceno svojih izdelkov? Kako bi se na zvišanje cen Elektra Ljubljana odzvala gospodinjstva, katerim prodajajo elektriko? Kje je bistvena razlika?
2. Posameznik mora zadovoljevati svoje potrebe z nakupom dobrin, ki se delijo na nujne, normalne in luksuzne. Kako se spremeni odnos do posamezne dobrine če se posamezniku močno poveča dohodek?
3. Skupina študentov EF zeli odpreti turistično agencijo, ki se bo ukvarjala samo z absolventskimi izleti. Svetuj glede njihove lokacije, ponudbe in oglaševanja, da bodo uspeli!
4. Zakaj se nekatera podjetja odločijo za proizvodnjo visokokvalitetnih izdelkov ne glede na stroške proizvodnje? Opredeli se do ideje Elana, ki govori o prodoru na slovenski in evropski trg z visoko kvalitetnim izdelkom? Katere nevarnosti obstajajo?
5. Telekomu v letu 2006 grozi, da bo izgubil nekaj naročnikov zaradi pojava konkurence na slovenskem trgu. Kako naj se loti trženjske strategije, da bo izgubil čim manj naročnikov? Katere strategije oglaševanja naj uporabi?

### 27. junij 2005

1. V Sloveniji poznamo tri tipe gospodinjstev: podpovprečno, povprečno, nadpovprečno. Opiši, kako se spreminja dohodek glede na naslednje 3 skupine izdelkov:
  - hrana in pijača
  - obleka in obutev
  - avto in stroški za prevozče dohodek na gospodinjstva preide iz podpovprečnega v nadpovprečno.
2. Kmetijstvo je eden izmed primerov, ko se ob povečanju inputa na določeni točki output ne povečuje sorazmerno. Razloži. Povej tudi tak primer za industrijo.
3. Elan – isto kot pri prejšnjem roku!
4. Študentke oblikovanja oblačil želijo ustanoviti novo podjetje oblačil za mlade do 25 let. Nimajo veliko razpoložljivih začetnih sredstev, zato nihajo med naslednjimi možnostmi:
  - a) se osredotočiti samo na študente ali pa se osredotočiti na vse mlade do 25 let
  - b) se opredeliti na ves slovenski trg ali samo na glavno mestoRazloži prednosti in slabosti – vsaj en primer za vsako alternativo ter opredeli svoje mnenje.
5. Opiši 4 tipične življenjske faze izdelka in opiši kako se spreminjajo stroški in cena v primerjavi s konkurenco