

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Trgovinski marketing". Rad ima 13 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SEMINARSKI RAD

IZ PREDMETA "TRGOVINSKI MENADŽMENT"

"TRGOVINSKI MARKETING"

Banja Luka, April 2009.

„TRGOVINSKI MARKETING“

SAŽETAK:

Ovaj rad se bavi trgovinskim marketingom i pokušaće da približi i objasni opšti pojam trgovinskog marketinga. Marketing je nešto što je nemoguće jasno definisati a trgovinski marketing je jedna grana studija marketinga.

Trgovinski marketing nije marketing trgovine već posebno područje koje izučava marketing proizvoda i usluga.

KLJUČNE RIJEČI: MARKETING, TRGOVINSKI MARKETING, MARKETING MIKS

1. UVOD

Riječ marketing je kovanica koja svoje etimološko značenje pronalazi u riječi market, što znači tržište, pa ne čudi poistovjećivanje termina marketing i termina tržišnost. Marketing je termin kojeg ne treba prevoditi ni na jedan jezik, jer je usljed velike prisutnosti u poslovnom i društvenom životu svake individue postao opšta poznanica.

Oficijelna definicija marketinga Američkog udruženja za marketing ne može se zaobići, a glasi: „Marketing je proces planiranja i sprovođenja koncepcija, cijena, promocije i distribucije ideja, roba i usluga, sa ciljem da se kreira razmena koja zadovoljava potrebe pojedinaca i organizacija“.

Filip Kotler definiše marketing na slijedeći način: „Marketing je društveni proces kojim – putem stvaranja i razmjene proizvoda i vrijednosti sa drugima – pojedinci i grupe dobijaju ono što im je potrebno ili što žele“.

Trgovina je privredna djelatnost koja se bavi kupovinom roba sa ciljem dalje prodaje, uz zadovoljenje potreba potrošača i ostvarenje dobiti. Ona predstavlja tipičnog posrednika između proizvođača i potrošača. Svoju djelatnost obavlja kako na unutrašnjem – nacionalnom tržištu, tako i na međunarodnom tržištu.

Marketing u trgovinskoj delatnosti je potpodručje posebnog područja marketinga koje izučava marketing roba koje su predmet kupoprodaje na tržištu. Roba je svaki proizvod koji izađe na tržište, tj. kojim se trguje.

2. TRGOVINSKI MARKETING

Trgovinski marketing (ne marketing trgovinske djelatnosti ili trgovine) definiše se kao posebno područje marketinga koje izučava marketing proizvoda i usluga, tj. roba onih kompanija koje se bave:

pored proizvodnje, i bilo kojom od funkcija trgovine, odnosno

pored bilo koje funkcije trgovine, ulaze i u sferu proizvodnje

Takoreći, reč je o višestepenim kompanijama, koje se pored proizvodnje bave i robnim prometom. Kompanija Benetton je maloprodavac, jer obavlja funkciju proizvodnje, velikoprodaje i maloprodaje, ali nije trgovina na malo, niti trgovina na veliko. Kompanija Marks&Spencer razvija asortiman na konceptu sopstvene trgovinske marke a nije proizvođač, već "proizvođač bez fabrike".

Na strani ponude u trgovinskom marketingu su višestepene kompanije, koje se bave proizvodnjom i jednom ili svim funkcijama trgovine (proizvodno-prodajne kompanije, maloprodajne kompanije, veleprodajne kompanije i sl.).

Na strani tražnje u trgovinskom marketingu su kupci roba višestepenih kompanija, tj. kompanije koje se bave trgovinom na veliko, trgovinom na malo i krajnji potrošači.

Kompanije koje se bave trgovinom na veliko su kupci kompanija koje se bave proizvodnjom i prodajom preko veleposrednika. Kompanije koje se bave trgovinom na malo su kupci kompanija koje se bave proizvodnjom i veleprodajom. Krajnji potrošači su kupci kompanija koje se bave prodajom na malo, mada je moguće da kupuju i od trgovina na veliko, ukoliko su pojedinačne kupovine u skladu sa količinom robe koju trgovina propisuje za pojedinačnu kupovinu.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com