

Sadržaj:

- Koncept marketing miksa.....4
- Proizvod
- Klasifikacija proizvoda.....5
- Tržišna svojstva proizvoda.....7
- Razvoj novog proizvoda.....8
- Proces difuzije i prihvatanja novog proizvoda .....10
- Životni ciklus proizvoda.....11
- Marka.....12
- Pozicioniranje proizvoda.....13
- Literatura.....14

Koncept marketing miksa

Pod pojmom marketinški miks podrazumeva se specifična kombinacija elemenata koji se koriste za istovremeno postizanje ciljeva preduzeća i zadovoljavanje potreba i želja ciljnih tržišta. Optimalna kombinacija instrumenata marketing miksa je poznavanje troškova i efekata korišćenja pojedinih instrumenata.

Ideja marketing miksa pojavljuje se prvi put 50-tih godina, a vezuje se za Kultona i Bordena. Marketing miks predstavlja celokupnu ponudu preduzeća i obuhvata sve odluke o 4 osnovne varijable, u marketingu poznate kao 4P, a to su:

Proizvod – (Product)

Prodaja i distribucija – (Place)

Cena - (Price)

Promocija – (Promotion)

Plasiranje proizvoda, kao prve i najvažnije varijable, odvija se u nekoliko koraka, koji bi trebalo da predstavljaju osnovu za postizanje željenih rezultata svakog preduzeća.

PROIZVOD

Proizvod je konačni rezultat proizvodne delatnosti koji postoji i nakon što je dovršen proces njegove proizvodnje, i koji predmetnim oblikom i svojstvima zadovoljava određenu potrebu. Proizvod svoju vrednost potvrđuje tražnjom na tržištu. Proizvod je svaka stvar koja se može izneti na tržište, a omogućuje prodaju.

U marketingu, pojam proizvod je instrument marketing miksa, jer je to način na koji preduzeće uskladjuje svoje potrebe sa potrebama potrošača.

► Klasifikacija proizvoda

Prema trajnosti i opipljivosti proizvoda, dele se na:

Potrošna dobra - proizvodi koji se troše jednokratno ili kroz nekoliko upotreba, kao npr.: čokolada, voćni sok, dezodorans...

2. Trajna dobra - proizvodi koji se koriste tokom dužeg vremenskog perioda, a ako se koriste u skladu s načinom njihove upotrebe traju godinama, kao npr. kućni aparati (televizori, i sl.), nameštaj, prevozna sredstva (automobili, čamci i sl.) itd.

Prema vrsti potrošača, proizvodi se dele na:

Proizvode krajnje potrošnje - kupuju se za ličnu potrošnju (pojedince, više ili svih članova domaćinstva)

- Obični proizvodi - npr.: konditorski proizvodi (bomboni)

- Posebni proizvodi - npr. odeća, obuća, nameštaj

- Specijalni proizvodi - npr. luksuzni proizvodi s markom

- Netraženi proizvodi - npr. enciklopedije, usluge osiguranja

Proizvodi poslovne (industrijske) potrošnje- proizvod krajnje potrošnje koji je kupljen u svrhu dalje obrade, ili da bi služio kao kapitalno dobro za proizvodnju nekog drugog proizvoda.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**