

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Proizvod kao elemenat marketing miksa". Rad ima 8 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.

UNIVERZITET ZA POSLOVNE STUDIJE

FAKULTET ZA POSLOVNE STUDIJE

Banja Luka

PREDMET: OSNOVI MARKETINGA

Seminarski rad na temu: Proizvod kao elemenat

marketing miksa

Odjeljenje I. Sarajevo

Novembar 2008. godine

SADRŽAJ:

1. Uvod.....	2,3
2. Međuzavisnost marketing miksa i ostalih funkcionalnih oblasti.....	3
3. Proizvod kao instrument marketing miksa.....	4
3.1. Klasifikovanje proizvoda u marketingu.....	5
3.2. Životni ciklus proizvoda.....	5,6
4. Zaključak.....	7
5. Literatura.....	8

1

1. UVOD

Marketing miksa je jedan od glavnih koncepata u modernom marketingu. Pod marketing miksa konceptom podrazumeva se kombinacija instrumenata kojima se koristi preduzeće da bi se postigao očekivani nivo prodaje na ciljnom tržištu. Marketing miksa se sastoji iz svega što firma može uraditi da utiče na tražnju za svojim proizvodima. Koncept marketing miksa je neophodan da objasni mogućnost kombinovanja instrumenata pri prilagođavanju ponude pojedinim tržišnim segmentima.

To nije prost zbir različitih instrumenata već kombinacija instrumenata koja daje sinergetski efekat. Takođe, marketing miks koncept odražava sistematski pristup problemu definisanja ponude preduzeća. Kombinacija instrumenata odnosno ponuda organizacije stvara određenu sliku (predstavu) kod kupaca o organizaciji i njenim proizvodima i uslugama, tj. imidž. Imaginarni marketing miks je predstava u mislima kupaca (mentalna slika) koja treba da bude odraz stvarnog marketing miksa.

Ideja o konceptu pripisuje se Kulitonu koji je u svojoj studiji o troškovima marketinga napisao da su menadžeri preduzeća "mikseri elemenata" koji kombinuju postojeće ili traže nove elemente da bi se došlo do rentabilne ponude preduzeća na tržištu. Borden je ovu ideju razradio u koncept marketing miksa. Mnoge savremene definicije marketinga proširuju klasifikaciju instrumenata marketing miksa ali i dalje najčešću podjelu sačinjavaju sljedeći elementi:

Proizvod

Cijena

Distribucija

Promocija

Kada se govori o proizvodu kao instrumentu marketing miksa, misli se na razvoj takvog proizvoda kakvog kupac želi.

Cijena se može posmatrati sa dva aspekta. Prvi je da ona polazi od konkurentske cijene, a drugi od spremnosti kupaca da plate određenu cijenu.

Promocija je proces komuniciranja između preduzeća i kupaca sa ciljem da se stvori pozitivan stav o proizvodima i uslugama koji vodi ka njihovom favorizovanju u procesu kupovine na tržištu.

Zadatak distribucije je obezbjeđenje pristupačnosti proizvoda u određeno vrijeme i na određenom mjestu.

Sva četiri elementa marketing miksa su podjednako važni, kao i njihova međusobna kombinacija. Samo niska cijena, dobar proizvod ili odlična reklama neće dati tako dobre efekte kako bi bilo u slučaju njihovog kombinovanja. "Kombinacija tih elemenata ostvaruje očekivani efekat ako postoji usklađenost sa zahtjevima potrošača, dobra usklađenost među instrumentima, usklađenost sa izvorima preduzeća i kada se stvara relativno trajna konkurentska prednost."

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com