

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Razvoj novog proizvoda". 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.

UVOD

Jedan od najvećih izazova u području planiranja marketing aktivnosti je planski razvoj novog proizvoda. Razvoj novog proizvoda predstavlja aktivnost strategijskog karaktera, jer su implikacije njegovog razvoja na poslovanje preduzeća dugoročne. U tom smislu je novi proizvod osnova rasta i razvoja preduzeća. Razvoj novog proizvoda je način promjene proizvodnog programa preduzeća. Životni vijek proizvoda na tržištu je sve kraći i kraći, a kao posledica razvoja privrede i društva, opšte rečeno, javlja se i potreba za uvođenjem novih proizvoda.

Uloga marketinga je da identifikuje i anticipira zahtjeve specifične ciljne grupe potrošača kako bi se ispunila zadovoljenje potreba građana kao potrošača, privrede i društva i ostvarenje dobiti preduzeća na dugi rok. Marketing strategijama se teži zadržati proizvod što duže u fazi zrelosti svog životnog ciklusa, jer je u toj fazi najveća stopa doprinosa proizvoda obimu prodaje i dobiti preduzeća.

Marketing strategija je plan uticaja na razmjenu, da bi se postigli ciljevi organizacije. Cilj marketing strategije je povećanje vjerovatnoće ili učestalosti ponašanja potrošača, kao što je posjećivanje određenih prodavnica ili kupovina određenih proizvoda. To se postiže razvojem i predstavljanjem marketing miksa u skladu sa zahtjevima izabranih ciljnih tržišta.

Međunarodna ekspanzija proizvoda je strategija kojom se produžava domaći životni ciklus proizvoda. Takođe, proizvod može biti u jednoj fazi životnog ciklusa na jednom tržištu, a na drugom tržištu se može naći u nekoj drugoj fazi. Dakle, poznavanje faze i obilježja faze životnog ciklusa proizvoda je osnova upravljanjem proizvoda.

1. STRATEGIJA PROIZVODNOG PROGRAMA

Proizvodni program kompanije čini skup proizvoda koje ona nudi tržištu. Proizvodni program se naziva miksom proizvodom. Prema tome, miks proizvoda je skup svih linija proizvoda koje određeni proizvođač nudi potrošačima na prodaju. Ono što je za proizvođačke kompanije proizvodni program, to je za trgovinske kompanije asortiman roba i usluga, a za kompanije uslužnog sektora asortiman usluga.

Proizvodni program, odnosno asortiman roba i usluga, može biti standardni, i kao takav čini osnovu ponude kompanije, i dopunski, koji čini osnovu proširenja ukupne ponude kompanija.

Ukoliko je proizvodni program kompanije širok i dubok, onda je riječ o „univerzalnoj“ kompaniji, koja nudi više modela proizvoda za svaku od nekoliko različitih linija ili robnih grupa proizvoda. To može biti robni asortiman robnih kuća ili tržnog centra.

Ako je proizvodni program kompanije širok i plitak, onda je riječ o standardnoj kompaniji, koja nudi jedan model proizvoda za svaku od nekoliko različitih linija ili robnih grupa. To su uglavnom prodavnice u susjedstvu – snadbjevanje na jednom mjestu.

Kada je proizvodni program uzak i dubok, onda se radi o usko specijalizovanoj kompaniji, koja nudi više modela proizvoda za svaku nekolicinu sličnih linija ili robnih grupa proizvoda. To su prodavnice zdrave hrane, industrija mlijeka i mliječnih proizvoda, industrija hljeba i peciva i sl.

Ukoliko je proizvodni program kompanije uzak i plitak, onda je riječ o specijalizovanoj kompaniji koja nudi samo jedan model proizvoda za svaku od nekoliko sličnih linija ili robnih grupa proizvoda. Primjer: privatna pekara – jedna vrsta hljeba, obična kifla, pereca, zemička, pletenica.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com