

Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje
Beograd

Seminarski rad iz marketinga

CENA KAO INSTRUMENT MARKETING MIKSA

Profesor: dr Milorad Miljković

Beograd, mart 2006.
Beograd, januar 2006.godine

S A D R Ź A J

UVOD.....	3
ZNAČAJ CENE U MARKETING MIKSU	4
DONOŠENJE ODLUKE O CENAMA	5
CILJEVI FORMIRANJA CENA	5
FAKTORI KOJI UTIČU NA ODLUKE O CENAMA.....	6
TROŠKOVI KAO FAKTOR FORMIRANJA CENA	7
KONCEPCIJE TROŠKOVA NA POLITIKU CENA	8
TRAŽNJA KAO FAKTOR FORMIRANJA CENA	10
KOEFICIJENAT CENOVNE ELASTIČNOSTI TRAŽNJE	11
MOGUĆI OBLICI KRIVE TRAŽNJE	13
KONKURENCIJA KAO FAKTOR FORMIRANJA CENA.....	15
EKONOMSKA POLITIKA I DRŽAVNA KONTROLA CENA KAO FAKTOROR POLITIKE CENA.....	17
PRISTUPI FORMIRANJU CENA	19
FORMIRANJE CENA ZA NOVE PROIZVODE	21
OSNOVE DIFERENCIRANJA CENA.....	23

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

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com