

*Ovde unesite naziv Vase škole , na primer Elektrotehnička škola Nikola Tesla,
Zrenjanin

SEMINARSKI RAD

Tema : Marketing koncepcija

Profesor-mentor:

***ime mentora**

Učenik:

***Vase ime, razred**

Oktoibar, 2009.

MARKETING MIKS KONCEPT

Pod marketing miks konceptom podrazumjeva se kombinacija instrumenata kojima se koristi preduzeće da bi se postigao očekivani nivo prodaje na ciljnom tržištu.

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 concept marketing miksa. Mnoge savremene definicije marketinga proširuju klasifikaciju instrumenata marketing miksa ali i dalje najčešću podelu čine sledeći elementi:

- ❖ Proizvod
- ❖ Prodajna cena
- ❖ Promocija
- ❖ Distribucija.

U stranoj literature marketing miks se naziva I “4P”, što potiče od početnih slova engleskih reči: Product (proizvod), Price (cena), Promotion (distribucija), Place (mjesto).

Pri formulisanju marketing miksa treba početi od krajnjeg potrošača kao polazne osnove. Pomenute varijable marketinga predstavljaju unutrašnje faktore, koji su pod kontrolom preduzeća I na koje ono može uticati. Vanjski faktori, kao što su: tržište, ekonomska sredina, poslovna situacija, kulturna I socijalna sredina, politička I pravna sredina itd., su za preduzeće objektivno dati. Za preduzeće u ostvarivanju tržišnih zahtjeva I povoljnih finansijskih rezultata mora prilagođavati unutrašnje faktore vanjskim.

Marketing miks je kombinovanje varijabli u određenu skladnu djelotvornu celinu sa ciljem zadovoljenja potreba I želja potrošača. Praksa je pokazala da kombinacija instrumenata marketing miksa daje bolje rezultate (sinergijski učinak), nego što je prosti zbir pojedinačnih instrumenata.

Pretpostavka stvaranja optimalne kombinacije marketing miksa je poznavanje troškova i efikasnosti korištenja pojedinih instrumenata. Otuda je optimalna kombinacija ostvarena kad se promenom kombinacije instrumenata ne može postići veći dohodat u odnosu na raniju kombinaciju. Priroda i međusobni odnos instrumenata u marketing miksu nisu statični, pa njihovo kombinovanje mora da postane kontinuiran dinamički proces.

Mora se poznavati efikasnost svakog instrumenta u zavisnosti od zbijanja na tržištu, dejstva konkurencije i faze životnog ciklusa proizvoda. Da bi se stekle prednosti na tržištu, konkurencija se najčešće vodi inovacijama i diferenciranjem proizvoda, promocijom i uslugama, a ne cenama, jer se konkurencija lakše prilagođava cenama. U osnovi svih ovih napora je nastojanje da se stvori tražnja, tj. da se potencijalna i latentna tražnja pretvori u realnu tražnju za proizvodima preduzeća. Traže se instrumenti i njihova kombinacija da se poveća elastičnost tražnje za proizvodima i uslugama preduzeća.

---- 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.SEMINARSKIRAD.ORG
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