

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "strategije s obzirom na elastičnost tražnje". Rad ima 10 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.

„STRATEGIJE S OBZIROM NA ELASTIČNOST TRAZNJE”

Seminarski rad iz predmeta Planiranje tržišnosti poslovanja

SADRŽAJ:

1. Strategije s obzirom na elastičnost tražnje 2
2. Individualna potražnja 3
3. Agregatna potražnja 4
4. Efektivna potražnja 4
5. Platežno sposobna potražnja 4
6. Teorijski oblici cjenovne elastičnosti tražnje 6
7. Becker-ova načela maksimiranja korisnosti 7
8. Stiglerova teorija ekonomije informacija 7
9. Crna berza 8
10. Literatura 9
- 2.

Strategije s obzirom na elastičnost tražnje

Pojam elastičnost podrazumijeva sposobnost neke pojave ili tražnje da reaguje u većem ili manjem stepenu na promjenu neke druge veličine, sa kojom se nalazi u korelacionom odnosu. To može biti, na primjer, cijena i to:

opšti nivo cijena

cijene supstituta proizvoda

nivo realnog dohotka

dimenzija proizvoda

promotivnog miksa i td.

Postoji veliki broj teorijskih prikaza mjerenja elastičnosti tražnje u odnosu na cijenu, dohodak, marketing miks i td. koji se može izračunati. Na taj način uočeno je različiti kretanje ukupne unakrsne elastičnosti

tražnje obzirom na pojedine instrumente marketing miksa, prema osnovnim tipovima proizvoda. To, na primjer, mogu biti:

sirovine (karakteriše unakrsna, kratkotrajna i dugoročna elastičnost)

investiciona dobra (karakteriše unakrsna, kratkotrajna i dugoročna elastičnost)

proizvodi široke potrošnje (karakteriše unakrsna elastičnost i ukupna kratkotrajna i dugoročna elastičnost).

3.

Važnost instrumenta u ukupnoj marketing-strategiji preduzetničkog društva, povećan stepen elastičnosti pojedinog elementa marketing miksa (dimenzije proizvoda, cijena, servis, propaganda, odnosi s javnošću...)

prodaja prodaja

a) unakrsna elastičnost b) ukupna elastičnost

S obzirom da je veoma važno pitanje o mogućnosti osnivanja strategija marketinga obzirom na tražnju za proizvodima, treba da se analizira funkcija i linija tražnje, cjenovna elastičnost, ekonomski paradoksi i efekti i td. Veoma je važno objasniti različite oblike tražnje, kao što su:

individualna

agregatna

efektivna

potencijalna i

pretežno sposobna tražnja.

Individualna potražnja

Individualna potražnja predstavlja dio agregatne tražnje, a ne možemo je definisati naturalno i novčano. Naturalna tražnja jeste određena količina proizvoda koju bi neko pravno ili fizičko lice, kao potrošači htjeli i mogli kupiti u određenom vremenu, prostoru, uz datu cijenu, kvalitet i odgovarajuće uslove kupoprodaje. Novčana tražnja se odnosi na sumu novca

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com