

## Privredna propaganda kao oblik masovnog komuniciranja

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 21 | Nivo: Visoka poslovna škola

Sadržaj:

1.Uvod 1

1.1.Definisanje privredne propagande 3

1.2.Klasifikacija privredne propagande 5

1.3.Sredstva za prenos propagandnih poruka 6

1.3.1.Pojam I klasifikacija sredstva za prenos propagandnih poruka 6

1.3.2.Novine kao sredstvo za prenos poruka 7

1.3.3.Casopisi kao sredstvo za prenos poruka 8

1.3.4.Radio kao sredstvo za prenos propagandnih poruka 9

1.3.5.Televizija kao sredstvo za prenos propagandnih poruka 11

1.3.6.Internet kao sredstvo za prenos poruka 12

1.3.7.Ostala sredstva propagande 13

1.4.Merenje efekata privdne propagande 14

1.4.1.Merenje ekonomskih efekata privredne propagande 15

1.4.2.Merenje komunikacionih efekata privredne propagande 16

1.4.2.1.Testovi citalastva I prepoznavanja 17

1.4.2.2.Testovi secanja 17

1.4.2.3.Testovi ostvarene prodaje 18

1.4.2.4.Testovi interesovanja ili upita citalaca 18

Uvod

U instrumente masovnog komuniciranja spadaju:

Privredna propaganda kao oblik masovnog komuniciranja

Odnosi sa javnoscu

Publicitet

Unapredjenje prodaje

Sponzorstvo

Internet

Privredna propaganda omogućava potrošaču da brzo pronađe proizvode i usluge koji su potrebni, izvrši izbor prema potrebama, obavesti se o postojanju novih ili poboljšanim ili postojećim proizvodima, doprinosi obrazovanju potrošača o tržištu i proizvodima i omogućava mu izbor pa je i efikasno sredstvo menjanja životnih nauka. Privredna propaganda koja podstiče kupovinu proizvodnih dobara, ako i ostali oblici promocije, je usmerena na centar kupovine. Svrha propagande nije kreiranje tražnje već priprema potencijalnih kupaca za uticaj putem drugih oblika promocije, a pre svega lične prodaje, privrednih izložbi, sajмова i odnosa sa javnoscu. Propaganda treba da sadrži naziv i tip proizvoda, njegove karakteristike u upotrebi i efekat na troškove i prihod od korisnika.

Propagandne poruke moraju biti jednostavne. Akcent se stavlja na korist proizvoda i zbog toga je dobro vršiti poredjenja sa dosadašnjim rešenjima proizvoda.

1

Privredna propaganda kao oblik masovnog komuniciranja

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)