

Seminarski rad

## POZNAVANJE TRŽIŠTA

Privredna propaganda i ostali marketinški  
problemi prodajne politike

Profesor:

Studenti:

<http://www.maturskiradovi.net/>

## **SADRŽAJ**

### ***1.0. Privredna propaganda u funkciji prodaje***

*1.1. Pojam i društveno-ekonomski smisao propagande*

*1.2. Principi privredne propagande*

*1.3. Vreme i intezitet propagande*

*1.4. Sadržina i mediji privredne propagande*

*1.5. Analiza uspeha propagande*

*1.6. Specifičnosti propagande u trgovinskim organizacijama*

### ***2.0. Ostali marketinški problemi prodajne politike***

*2.1. Prodajne usluge*

*2.2 Kadrovi u prodajnoj službi*

## 1.0. PRIVREDNA PROPAGANDA U FUNKCIJI PRODAJE

### 1.1. Pojam i društveno-ekonomski smisao propagande

Ukoliko razmatramo funkcije marketinga ne možemo a da ne spomenemo i promotivne aktivnosti kao što su unapređenje prodaje, lična prodaja, publicitet i *privredna propaganda*.

Pod privrednom propagandom obično se podrazumeva skup sredstava i metoda kojima preduzeće propagira prodaju svojih proizvoda, odnosno trgovinske robe. Reč *propaganda* isto je što i reč *reklama*, koja je nastala od latinske reči *reklamare*, što znači vikati. Propaganda predstavlja instrument prodaje i prodajne politike prodajnih subjekata. Krajnji cilj propagande je ubrzanje i povećanje prodaje. Privredna organizacija treba da usmeri svoje propagandno delovanje pre svega na sledeće:

- Upoznavanje kupaca sa izvorima robe, asortimanom, kvalitetom, cenama i dr.
- Upoznavanje kupaca sa pojavom novih proizvoda i njihovim svojstvima;
- Upoznavanje kupaca sa upotrebom proizvoda, jer se potrošač ponekad razočara u kvalitetnu robu zbog pogrešne upotrebe.

Reklamiranjem svojih proizvoda privredna organizacija želi da zadrži postojeće i stekne nove kupce. Ponekad, pozitivno dejstvo propagande prelazi okvire pojedinih privrednih subjekata. Možemo videti na primeru da kada dođe do porasta izvoza izazvanog dobrom smišljenom propagandom na inostranom tržištu, istovremeno dolazi i do deviznog priliva za društvenu zajednicu, te samim tim proširuje i njen društveni značaj.

Savremena privredna propaganda krči put za uspostavljanje kontakata sa jednim širim tržištem te i olakšava posao komercijalnoj službi preduzeća. Međutim, privredna propaganda nije univerzalni lek koji leči sve bolesti preduzeća. Neće svaka propaganda imati pozitivan komercijalni efekat, niti svi proizvodi mogu izdržati pritisak troškova propagande. Samo uz brižljivu pripremu i planiranje mnogobrojnih pojedinosti može se i očekivati uspeh privredne propagande. Zato, mnoga preduzeća imaju posebne sektore-organizacione jedinice, koji planiraju propagandu, izrađuju propagandna sredstva, prate efekat propagandnih akcija i sl.

Možemo zaključiti da je *propaganda* stara isto onoliko koliko i *prodaja*. Ali, moramo shvatiti da savremeni oblici propagande su ipak produkt masovne proizvodnje, za čiju ekspanziju je potrebno stalno proširivanje tržišta. U ovom smislu i treba posmatrati savremenu propagandu. Propagiranjem svojih proizvoda privredne organizacije se faktički bore za kupce, a suprotstavljaju konkurenciji.

### 1.2. Principi privredne propagande

Kada organizuju i sprovode propagandu, privredne organizacije su motivisane potrebama prodaje. Veoma je važno da privredne organizacije pri sprovođenju ovakvih akcija posebnu pažnju obrate i nađu odgovarajuću računicu. Privredna propaganda treba da poštuje pojam zdrave konkurencije, te treba biti lojalna prema svojoj konkurenciji, i bude nenametljiva i objektivna u delovanju prema potrošačima. Zbog toga, nosioci reklame i propagande treba da se rukovode raznovrsnim principima moralne, psihološke i ekonomske prirode. To bi u suštini stvari trebalo da budu sledeći principi:

- *Istinitost*, nije samo moralna vrlina već i vrlina od ekonomskog značaja. Potrošač je po prirodi nepoverljiv, pa se često raspituje za robu koja ga interesuje. Njemu se može uliti

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://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](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)

•  
•