

Seminarski rad

Predmet: marketing i odnosi s javnošću

Tema: Cena kao instrument marketinga

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

SADRŽAJ

| | |
|---|-------------------------------------|
| 1. Uvod..... | 3 |
| 2. Osnovni okviri za određivanje cena..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1. Poslovni i marketing ciljevi preduzeća | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2. Stanje tražnje..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3. Troškovi | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4. Konkurencija..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3. Određivanje nivoa tržišta | Error! Bookmark not defined. |
| 4. Procena troškova..... | Error! Bookmark not defined. |
| 5. Analiza konkurencije | Error! Bookmark not defined. |
| 7. Određivanje finalne cene | Error! Bookmark not defined. |
| 8. Zaključak..... | Error! Bookmark not defined. |
| Literatura..... | Error! Bookmark not defined. |

1. Uvod

Rezultat marketinga su ideje, proizvodi i usluge sposobni za razmenu na način da budu istovremeno zadovoljeni ciljevi kupaca i ciljevi vlasnika preduzeća. Pomenuti proces razmene zahteva specifična znanja. Znanja su sadržana u marketing konceptima. Ključni marketing koncepti su:

- 1) marketing komunikacija
- 2) segmentiranje, targetiranje, pozicioniranje
- 3) diferenciranje
- 4) odnosi i mreže
- 5) lanac snabdevanja
- 6) konkurentska borba
- 7) marketing miks

Prodavci kriste različita sredstva kako bi ostvarili marketing ciljeve, odnosno, isprovocirali željenu reakciju na tržištu. Upotreba sredstva marketinga u određenoj kombinaciji predstavljaju marketing miks. Marketing miks obuhvata četiri marketing instrumenta: proizvod, cenu, mesto prodaje i promociju. S obzirom da nazivi pomenutih marketing sredstava na engleskom jeziku započinju slovom P, u literaturi je marketing miks poznat i pod nazivom four P's (Product – Price – Place – Promotion). Suština marketing miksa je obezbeđivanje efektivnog uticaja na marketing kanale i krajnje kupce. U traženju optimalne kombinacije marketing miksa treba ići u tri etape:

- u prvoj etapi treba ispitati prikladnost primene svakog od instrumenta za ostvarenje postavljenog cilja.

- u drugoj etapi treće se najbolje rešenje za svaku od mogućih solucija kombinacije određenih instrumenata.

- u trećoj etapi se porede efekti svake od solucija.

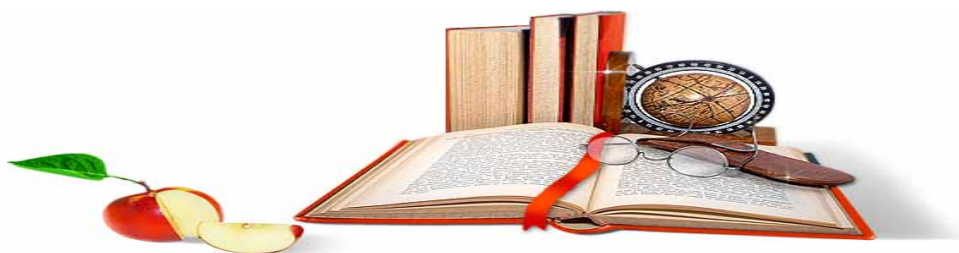
Cena je suštinski element marketing miksa i konkurentske strategije marketinga. Ona se za razliku od drugih instrumenata može koristiti i samostalno. Zbog toga što se cene javljaju u velikom broju varijanti, razvijeni su brojni ekonomski modeli izražavanja i predviđanja cena.

Naime, cena je kompromis ponude i tražnje koji nastaje u tržišnoj selekcionoj sredini.

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