

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Elementi marketing miksa". Rad ima 22 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.

OTVORENI UNIVERZITET „APEIRON“ TRAVNIK

FAKULTET POSLOVNE INFORMATIKE U TRAVNIKU

„ELEMENTI MARKETING MIKSA“

SEMINARSKI RAD

PREDMET: „Osnove Marketinga“

SEMESTAR: I

SMJER STUDIJA: Poslovna Informatika

TRAVNIK, decembar 2009. godine

SADRŽAJ:

1. UVOD

McDonald's je jedna od najpoznatijih robnih marki širom svijeta. Ovaj seminarski rad pokazuje kako McDonald's kontinuirano teži izgradnji svog brenda (svoje marke), tako što sluša svoje mušterije. On također ukazuje na tijesnu povezanost različitih djelovanja u marketinškom procesu.

Proces stvaranja prepoznatljive marke (branding) razvija osoblje za organizaciju, proizvod ili uslugu. Taj proces stvaranja robe prepoznatljive marke djeluje jedino kad se organizacija ophodi sa drugima na dosljedan način i sebe isto tako predstavlja. Metode marketing komuniciranja kao što su istraživanje i promocija se koriste pri kreiranju boja, dizajna i oblika, što ovoj marki daje prepoznatljiv izgled.

McDonald's je prepoznatljiv i po svom poznatom natpisu (logu) "Zlatni luk" - "Golden Arches". Marketing uključuje definiranje potreba i zahtjeva kupaca i upoznavanje sa potrebama kupaca bolje od konkurenata. Na ovaj način kompanija stvara vjerne, pouzdane, stalne mušterije.

Početni zadatak jeste doznati ko su potencijalne mušterije, neće svi željeti ono što McDonald's nudi. Ljudi koji su vjerovatne mušterije za McDonald's su poznati i kao ključni posjetioci.

U ovom seminarskom radu, obradiće se marketing miksa i istraživanje tržišta koji su od znatnog uticaja za uspješno poslovanje McDonald's-a.

1

2. MARKETING MIX

Pod marketing mixom podrazumijeva se kombinacija instrumenata kojima se koristi preduzeće da bi se postiglo očekivani nivo prodaje na ciljnom tržištu.

Marketing je skup različitih aktivnosti (marketing mix) usmerenih na 4 segmenta (poznatih pod imenom 4P): Product (Proizvod), Price (Cijena), Place (Plasiranje) i Promotion (Promocija). Te aktivnosti su brojne, i svaka za sebe predstavlja važan činilac od čijeg (ne)postojanja može zavistiti uspjeh čitavog projekta: pozicioniranje proizvoda, njegove karakteristike i kvalitet, marka, pakovanje, servis, izbor i vrijeme reklamiranja/propagande, promocija prodaje, odnosi sa javnošću, izbor mjesta prodaje, način i metod distribucije, cijene, popusti, načini plaćanja itd.

Kada se govori o proizvodu kao instrumentu marketing mixa, misli se na razvoj takvog proizvoda kakvog kupac želi.

Cijena se može posmatrati sa dva aspekta. Prvi je da ona polazi od konkurentske cijene, a drugi od spremnosti kupaca da plate određenu cijenu.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com