

Funkcionisanje elemenata marketing miksa u firmi hotel Drina

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 16 | Nivo: Fakultet za primjenjenu ekonomiju, Banja Luka

SADRŽAJ

1. Uvod 3
2. Značaj koncepta marketing miksa u marketingu 3
3. Osnovne funkcije i karakteristike hotelskoga preduzeća 3
4. Elementi marketinga miksa 5
 - 4.1. Proizvod 5
 - 4.2. Cijena 6
 - 4.3. Distribucija 7
 - 4.4. Promocija 7
 - 4.5. Ljudi 8
 - 4.6. Proces 8
 - 4.7. Uslužni ambijent ili prostor 8
5. Kombinacija elemenata međunarodnog marketing miksa 9
6. Primjer: Hotel Drina Bijeljina marketing strategija 11
7. Zaključak 14
 - 7.1. Zaključak u odnosu na navedeni primjer Hotela Drina Bijeljina 15
8. Literatura 16
 1. Uvod

U cilju boljeg shvatanja marketinga i njegove što uspješnije primjene, formulisan je danas opšte prihvaćeni koncept marketing miksa. U pitanju je odgovarajuća kombinacija instrumenata marketinga koji predstavljaju ponudu preduzeća. Dugo je cijena smatrana osnovnim instrumentom, kojim preduzeće utiče na tražnju za svojim proizvodima i uslugama. Nešto kasnije počinje se sa potenciranjem tzv. necjenovnih instrumenata marketing miksa, kojima se nastoji uticati na tražnju bez promene cijene.

Ako postoji njihova međusobna usklađenost, kao i usklađenost sa zahtevima potrošača, kombinacija instrumenata marketing miksa ostvaruje očekivani sinergetski efekat. Potrošač je meta marketing miksa kombinacija svih preduzeća. Ona nastoje da pronađu onaj međusobni odnos cijene, promocije, proizvoda i distribucije, i drugih elemenata marketing miksa koji će uticati na kupca da prihvati baš njihov proizvod.

Marketing miksa predstavljaju poslovni alati koji su neophodni za postizanje željene reakcije ciljnog tržišta u odnosu na postavljene marketinške ciljeve.

Postoje dva modela marketing miksa: tradicionalni 4P model i 7P.

Kombinacije 4P predstavlja glavna četiri elementa marketing miksa i to: proizvod, cijenu, promociju i distribuciju (product, price, promotion and place).

Danas je 4P model marketing miksa zamenjen sa 7P modelom marketing miksa. U suštini on je nadogradnja 4P modela sa sledećim elementima: ljudi, proces i fizičku sredinu (people, process and physical evidence).

Koji god da se okvir koristi, važno je da se ne zanemare oblasti donošenja odluka koje su ključne važnosti za efektivni marketing.

U ovom seminarskom radu baziraćemo se na 7P model marketing miksa jer je on osnova za efikasno funkcionisanje marketinga miksa uslužnih djelatnosti.

2. Značaj koncepta marketing miksa u marketingu

Koncept marketing miksa je stvoren pedesetih godina. Na konceptu marketing miksa se bazira marketing kao savremena naučna disciplina. Marketing miksa je zauzeo počasnu poziciju instrumentarija koji se kombinovano koristi u cilju definisanja i plasiranja „paketa ponude“ tržištu.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com