

Miks na marketing komunikacii i marketing plan (makedonski)

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 18 | Nivo: Ekonomski fakultet

Содржина

1. Вовед.....	3
2. Маркетинг комуникациски микс.....	4
3. Елементи на маркетинг миксот.....	5
4. Видови на маркетинг микс.....	6-9
5. Промотивен микс.....	9-10
6. Елементи на маркетинг комуникацијата.....	11
7. Буџет на маркетинг комуникациите.....	12
8. Маркетинг план.....	13-15
9. Заклучок.....	16-17
10. Користена литература.....	18

Вовед

Што е маркетинг?

Маркетингот е базиран на сосема едноставна идеја која има големо влијание на тоа како се води бизнисот. Се верува дека за успех во секој бизнис маркетингот игра главна улога.

Друга дефиниција е дека маркетингот е продажба на роба/производ, на луѓето на кои не им се враќа робата по нивното враќање.

Маркетингот се посматра како збир на активности кои претпријатието ги превзема со цел постигнување на што подобри резултати на пазарот, продажба, профит, зацврстувањето на местото на пазарот, освојување на нови пазари и сл.

Остварувањето на овие задачи се потпира на извршеното истражување и испитување на пазарот околу нас, развојот на производите и услугите, изработка на програма на маркетингот, одредувањето на цената, продажбата и дистрибуцијата, промоција и комуникација со потрошувачите, обезбедување постпродажни услуги и сл.

Од ова произлегува дека активностите на маркетингот се базираат на анализата на домашното и на меѓународното опкружување со посебен осврт на политичките, економските, технолошките, демографските, социокултурните и институционалните фактори, развој на маркетинг комуникацијата, стратегијата и контрола и ревизија на маркетингот.

Од аспект на маркетингот, резултатите можат да се очекуваат само ако се во центарот на вниманието на потребниот пазар, како националниот така и меѓународниот, како и начинот на нивното задоволување. Задоволувањет треба да се оствари со помош на адекватна продажба и профит на претпријатието, но во склад со задачата и целта која треба да се оствари на конкретниот пазар.

Ваквите сваќања и развој на маркетинг-концептот во претпријатието најповеќе се врзуваат со решавањето на проблемот со пазарот и потрошувачите на домашниот, односно на меѓународниот пазар.

Со оглед дека домашната и меѓународна поделба на работа денеска претставува „рбет“, на понатамошниот економски развој на секоја земја, знаењата од областа на маркетингот се потреба во работењето на секоја компанија на домашниот и меѓународниот пазар.

Што не е маркетинг?

Најголем број на луѓе го поистоветуваат маркетингот со рекламата и продажба, кое е сосема погрешно. Маркетингот е еден дел од елементите за водење на бизнис кој, за разлика од водењето на книги, на прв поглед изгледа сосема едноставен и лесно разбирлив.

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

www.maturskiradovi.net

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