

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Proizvod instrumenta marketing miksa". Rad ima 20 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.

UNIVERZITET ZA POSLOVNE STUDIJE BANJA LUKA

FAKULTET ZA POSLOVNE STUDIJE BANJA LUKA

SEMINARSKI RAD IZ MARKETINGA

TEMA: PROIZVOD INSTRUMENTA MARKETINGA MIKSA

Dr.PERO PETROVIĆ -----

Banja Luka, 10.12.2008.godine

SADRŽAJ

UVOD \_\_\_\_\_ 2

DEFINISANJE PROIZVODA

2. KLASIFIKACIJA PROIZVODA

Proizvodi krajnje potrošnje

Proizvodi poslovne potrošnje

SVOJSTVA PROIZVODA

4. KVALITET PROIZVODA

5. STIL I MODA

DIZAJN

6. KREIRANJE MARKE

TRZISNA VRIJEDNOST MARKE ILI KONCEPCIJA MJERENJE VRIJEDNOSTI MARKE

8. IZAZOVI U OPREDIVANJU MARKE

9. SPONZOR MARKE

10. MARKA PROIZVOĐAČA ILI PRIVATNE MARKE

11. LICENCIRANJE

12. KREIRANJE ZAJEDNIČKIH MARKI

13. RAZVOJ MARKE

14. PROŠIRENJE LINIJE

15. PROŠIRENJE MARKE

16. VIŠESTRUKI MARKE

17. NOVE MARKE

18. UPRAVLJANJE MARKOM

ZAKLJUČAK

LITERATURA

UVOD

Proizvod koji preduzece uklađuje svoje mogućnosti sa potrebama i zahtjevima kupaca.

Ovaj rezultat čitavog marketing napora u preduzecu da se izade u susret zahtjevima i potrebama kupaca. Potrebe kupaca ne postoje zbog određenih proizvoda već da budu zadovoljeni koriscenjem proizvoda.

Otuda je akcenat u koriscenju proizvoda na zadovoljenju potreba kupaca. Preduzeće treba proizvod ili uslugu koje adekvatno zadovoljava potrebe kupaca, efikasniji nego proizvodi i usluge drugih preduzeća.

Bitno je polaziti od potreba i zahtjeva potrošača u preciziranju proizvoda.

U dinamičkoj privredi i društvu potrebe zahtjevima potrošača i zato preduzeće ima da izvrši neophodna prilagodavanja u svom proizvodnom programu da bi zadovoljio zahtjevima kupaca.

U osnovi rast preduzeca se postiže permanentnim pronalaženjem i lansiranjem novih i izmjenama postojećih proizvoda. Otuda je neophodno da preduzeće bude orijentisano u svojoj djelatnosti na stalno kreiranje novih proizvoda odnosno izmjene karakteristika i upotrebe postojećih.

Ukoliko postoji pravilna marketing orijentacija preduzeca onda se uvijek nade nacina da se prevazidu limitirajući faktori. Nova područja djelatnosti uvijek sa sobom nose određeni stepen rizika koji se mora realno kalkulirati na osnovu poznavanja uslova privredivanja tražnje i drugih faktora od kojih zavisi uspjeh akcije preduzeća.

...

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)