

**Seminarski rad
iz marketinga**

**Tema:
BREND**

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

SADRŽAJ:

Uvod

1. Brend

1.1. Definisane Brenda

1.2. Brend proizvođača

1.3. Označavanje Brenda

1.4. Kvalitet

1.5. Cijena

1.6. Izbor Brenda

1.7. Dimenzije Brenda

2. Strategija razvoja Brenda

3. Upravljanje brendom

3.1. Odluke o imenu Brenda

3.2. Strategija imena brenda (BRAND NAME STRATEGY)

3.3. Pravno regulisanje

4. Strategije u životnom ciklusu brenda-marke

5. Iskustvo Marks & Spencera u razvoju marke „ST. MICHAEL”

Zaključak

Literatura

UVOD

Proizvod je rezultat fizičkog ili umnog rada, stvoren s ciljem zadovoljenja odgovarajuće potrebe.

Proizvodni program i proizvodi u proizvodnji su isto što i prodajni asortiman i artikli u trgovini. Prema tome asortiman jednog preduzeća predstavlja svu robu koja je predmet njegovog poslovanja. Proizvod je prvi instrument marketinga, koji se reflektuje u maloprodaji kroz artikl, čija je sveobuhvatnost u smislu kompleksa pojedinih roba čini asortiman roba. Sa asortimanom usluga ovaj prvi čini ponudu tog preduzeća na tržištu.

Potrošač je polazna tačka u politici proizvoda, jer se on i stvara radi zadovoljenja potrošačeve potrebe. Pravilnom politikom proizvoda i planskim pristupom upravljanja svim njegovim dimenzijama uz odgovarajuću kombinaciju drugih instrumenata marketing mixa u njegov optimalan izraz preduzeće, boreći se na tržištu sa konkurentima, stvara sebi konkurentsku prednost. Da bi se postigao uspeh u upravljanju proizvodom neophodno je uključiti donošenje niza odluka u vezi istog. Vrlo značajna obeležja savremenog proizvoda pomoću kojih se proizvod uspešno pozicionira na tržištu su: kvalitet, dizajn, pakovanje, marka. Oni preuzimaju u razvijenim tržišnim uslovima ulogu značajnih podinstrumenata marketinga, pomoću kojih se sve više dobijaju konkurentski ratovi.

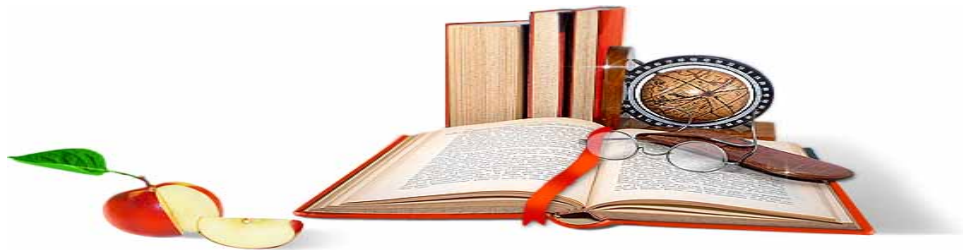
Jedna od tih varijabli u borbi za tržišnu poziciju u razvijenim tržišnim uslovima je brend proizvoda tj. ime brenda. Ona ima svetlu budućnost, pogotovo u oblasti trgovine. Brend pruža brojne prednosti svim učesnicima u lancu društvene reprodukcije i važnu investiciju koja sigurno profitira. Pomoću njega preduzeće može diferencirati svoj proizvod u odnosu na isti ili sličan drugih preduzeća i time stvoriti kod potrošača naklonost, koja vremenom može prerasti u lojalnost prema brendu.

Brend predstavlja moderno obeležje proizvoda, obeležje XXI veka i savremenu karakteristiku proizvoda. Savremeni proizvod se ne može zamisliti bez brenda. Zato on poprima epitet veoma važnog instrumenta marketinga svakog preduzetnika. Zato i njemu

---- 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