

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Marketing miks". Rad ima 15 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.

BOSNA I HERCEGOVINA

REPUBLIKA SRPSKA

FAKULTET ZA POSLOVNE STUDIJE

BANJA LUKA

SEMINARSKI RAD

PREDMET:MARKETING

TEMA:MARKETING MIKS

Vladimir Beatović Dr Milenko Stanić

Sadržaj:

Definicija marketing miksa

Opšta definicija marketing miksa bi glasila : Marketing mix je kombinacija elemenata marketinga koji će se koristiti u svrhe promocije novog proizvoda. Postoje četiri elementa : Proizvod (Product), Prodajna cena ( Price ), Distribucija i prodaja (Place ) i Promocija (Promotion). Oni čine četiri P-a marketing mixa.

Danas u svremenom marketingu postoje mišljenja da je ova definicija zastarela i predlažu nov model : četiri C-a, tako da Product postaje Customer needs (potrebe kupaca), Place postaje Convenience (pogodnost), Price se zamenjuje sa Cost to the user (trošak za kupca) i Promotion postaje Communication (komunikacija).

Sve ovo je više orijentisano ka kupcu i potrebama kupca, što naravno ne treba zanemariti, ali po mom ličnom mišljenju , možda bi samo sve elemente (koji suštinski imaju isti cilj, smisao pa i svrhu ) jednostavno trebalo stopiti u celine npr. Price & Cost to the user, itd.

Istorija 4 P-a marketing mixa

Markentiška rešenja uopšteno se zasnivaju na četiri osnovne kontrolne kategorije

Proizvod ( Product )

Prodajna cena ( Price )

Distribucija i prodaja ( Place )

Promocija ( Promotion )

Termin " marketing mix " postao je popularan u marketinškom rečniku nakon publikacije članka " The Concept Of the Marketing mix " od strane Neil H. Bordena davne 1964. godine.

Od kada je od svog kolege Džejmsa Kulitona čuo zanimljiv opis za menadžera marketinga " izmiksani sastojci " ( bukvalan prevod) , Borden je počeo da koristi ovaj termin još na svojim predavanjima krajem četrdesetih godina .

Slika.1. 4P-a

Takozvani sastojci u Bordenovom marketing mixu uključivali su: planiranje proizvoda, prodajnu cenu, brend, distributivne kanale, prodaju, reklamiranje, promocije, pakovanje proizvoda, plasiranje proizvoda, rukovanje proizvodom i na kraju analiziranje.

Kasnije je E.Džerom Mekarti grupisao ove " sastojke " u četiri kategorije, koje su danas poznate kao 4 P-a marketing mixa, a one su : Proizvod, Prodajna cena, Prodaja i Promocija.

Ova četiri P-a su parametri kojima se služe marketing menadžeri da bi ostvarili cilj.Cilj je da se donesu odluke koje pogađaju centar 4P-a, tj ciljano tržište na osnovu percipirane vrednosti od strane kupca i da generišu pozitivne reakcije. Današnji moderni menadžeri su proširili marketing mix dodavši još 3P-a, koja se odnose na Ljude ( People), Procese ( Process) i Radno, tj. Fizičko okruženje ( Physical environment), a uglavnom se koriste kod preduzeća sa uslužnim delatnostima

**----- 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)**