

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Marketing i pazar za licna potrosuvacka (makedonski)". Rad ima 14 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.

Семинарски труд од модулот :

МАРКЕТИНГ

Наслов: МАРКЕТИНГ И ПАЗАР ЗА ЛИЧНА ПОТРОШУВАЧКА

Професор Д-р

Студент:

СОДРЖИНА

3.1 Улоги при купување.....	5
3.9 Типови на купување.....	10
3.10 Фази во процот на одлучување.....	10
3.11 Процес на купување за нов производ.....	11
3.12 Процес на прифаќање на новите производи.....	11
3.13 Степен на иновативност каи индивидуите.....	11
4. Заклучок.....	12
5.Резиме.....	13
6. Литература.....	14

1)Вовед

Постојат различни гледања за равојот на маркетингот. Според некои мислења маркетингот се појавува во 1900 година во САД, а на универзитетите во Пенсилванија во 1905 година се предавал како маркетинг на производитите, покасно во 1910 година се предавал ако маркетинг на маркетингот. Особено голем подем маркетингот доживува во 50-тите и 70-те години на 19-от век.

.....NAMERNO UKLONJEN DEO TEKSTA.....

дали се спремни да дадат повеќе пари за одреден производ, колку се запознаени со функционирањето на тој производ, каде се навикнати да пазаруваат, по каков начин

колку временските фактори влијаат врз него

колкава е разликата помеѓу неговите желби за производот и реалните желби кои ги има на пазарот итн...

Во современата теорија и практика синоними на маркетинг миксот се „маркетиншките средства“, „маркетиншките елементи“, „маркетинчкиот комплекс“. Особено популарно е именувањето „4P“ от првите букви на англиските зборови:

## 2) Дефинирање на маркетингот

Од теоретски аспект маркетингот е една од најновите научни дисциплини во економијата на претпријатијата чијшто развој е доста брз. Во литературата постојат безброј дефиниции за маркетингот, така што се претпоставува дека постојат 700 дефиниции, а секоја дефиниција претставува надградба на претходната.

Но, маркетингот се дефинира од различни аспекти и тоа една група на автори маркетингот го дефинира:

Маркетингот како економски процес – кој опфаќа збир на активности кои се вклучени во пренесување на стоките и услугите од производителот до потрошувачот, при што доаѓа до поврзување на производството со потрошувачката со што се постигнува поефикасна размена и се овозможува пореално извршување на процесот на репродукција.

Дефинирање на маркетингот как деловна функција во претпријатието – имено треба да се опфатат сите активности кои се однесуваат кон задоволување на желбите на купувачите, нивното идентификување, но сето тоа треба да биде во согласност со целите на претпријатието.

Дефинирање на маркетингот како деловна политика – значи задоволување на целта на претпријатието и остварување на профит.

Маркетингот се дефинира и како доктрина на управувањето – и ги опфаќа сите подрчја на равивање и насоченост кон трајно задоволување на целите на купувачите.

**----- 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)**