

## Elementi marketing mix-a u maloprodaji

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15 | Nivo: Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad

### SADRŽAJ:

I Uvod .....	3
1.1 Trgovinska radnja " Alexa " .....	4
II Marketing mix .....	5
2.1 Da li je marketing mix primenjiv na butik "Alexa"? .....	6
III Proizvod .....	7
IV Cena .....	9
V Distribucija .....	10
VI Promocija .....	12
VII Zaključak .....	14
LITERATURA .....	15

### I UVOD

Poslednjih nekoliko decenija u svetu, a i kod nas u Srbiji, obeleženo je ekspanzijom preduzetništva kao svojevrsnog poslovnog pokreta u kom učestvuje sve veći broj učesnika. Mnogi analitičari modernog biznisa smatraju da je preduzetništvo najbolji znak probudene lične kreativnosti, želje za samookazivanjem, ali i težnje za povećanjem materijalnog bogatstva i blagostanja svakog učesnika tog globalnog procesa.

Preduzetništvo je već od davnina i u teoriji i u praksi prepoznato kao važan " katalizator i okidač koji potencijal pretvara u stvarnu, delatnu snagu i energiju promena, ali i inspiriše i omogućuje nastajanje novih potencijala ekonomskog rasta i razvoja sveukupnog preobražaja svakog društva. "

U društvima razvijene i stabilne tržišne privrede ova konstatacija je očigledna, dok u tzv. tranzicijskim društvima to saznanje se nesputano širi zbog čega je sve izraženija orijentacija ka preduzetništvu.

Preduzetnički poduhvat je nezamisliv bez tri neophodna elementa – ideja, motivacija i kapital. Ovo trojstvo ima ogromnu važnost. Znači, moramo prvenstveno imati jasnu viziju, opravdani motiv, pa odgovarajuća sredstva da tu viziju i realizujemo.

Preduzetništvo podrazumeva postojanje preduzeća kao organizacione strukture kroz koju se obavlja sveukupan poslovni proces.

Preduzeće je jedan od bazičnih stubova – nosača preduzetništva. Ono je vrlo kompleksan mezoekonomski elemenat i njegova analiza je izuzetno opširna.

Danas, u XXI veku, preduzeće mora konstantno da se bori sa turbulentnim poslovnim okruženjem, nemilosrdnom konkurencijom, tehničkim i tehnološkim inovacijama, te raznim drugim problemima. Preduzetnici osmišljavaju razne strategije i koncepte kako bi na najadekvatniji način izbegli poslovne rizike i krize, te kako bi postali i ostali zdravo konkurentni.

Marketing je trenutno glavna karika koja jedno klasično preduzeće može uspešno da izvuče iz poslovne „ kolotečine “, i istakne ga u „ moru “ istih ili sličnih.

Kako smo u toku ove tri godine stručnog obrazovanja imali prilike da se bolje upoznamo sa svim pojedinostima vezanim za marketing, te marketing elemente i strategije, nadalje u radu ću pokušati da ponaosob analiziram svaki element tzv. marketing mix-a, na konkretnom primeru, tj. obliku „ malog preduzetništva “- maloprodaje.

**----- 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)**