

Ovo je pregled **DELA TEKSTA** rada na temu "**Brendiranje Sjeničkog sira i kajmaka u inostranom marketingu**". Rad ima **12 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](#).

---

Drzavni Univerzitet u Novom Pazaru

Departman za Ekonomiju

Seminarski rad

Predmet-Medjunarodni marketing

Tema:Brendiranje Sjenickog sira i kajmaka u inostranom marketingu

Novi Pazar.2010

Sadrzaj

Uvod

Brendiranje je proces osmišljavanja najefetivnijeg nacina trzisnog izrazavanja.To je proces kreiranja i promovisovanja prepoznatljivog brenda u nacionalnom,nadnacionalnom i globalnom nivou.Radi se o procesu kreiranja jedinstvene trzisne prepoznatljivosti proizvoda,usluga,licnosti,tima,poslovanja preduzeca u skladu sa specificnostima ciljnog trzista.

Mi danas zivimo u svetu u kome izmedju samih proizvoda ima sve manje tehnickih,funkcionalnih i kvalitativnih razlika.Proizvod se stvara u realnom sektoru,tj.pogonu,dok se brend stvara u svesti coveka.Proizvod je rezultat proizvodne funkcije,dok je brend rezultat marketinske funkcije.

U osnovi definisanja Brenda jeste:

Da povecate prisutnost na izlozbenim policama u prodavnicama

Da povecate zavisnost prodavaca u odnosu na vasu ukupnu ponudu

Da privucete potrosace koji traze razlicitost kako ne bi presli na drugi brend

Da povecate internu konkurenciju u vasem preduzecu medju timovima koji upravljaju razlicitim brendova

Da obezbedite ekonomiju obima u oglasavanju, prodaji, mercendajzingu, fizickoj distribuciji

Da povecate pokrivenost trzsta

Da obezbedite zastitu svojim proizvodima

Da pojacate ukupni imidz vaseg preduzeca

Da dehomogenizujete ciljnu trzisnu grupu konkurencije

Osnovna sustina ovog moga dela jeste da objasnim sta je to brend i da prikazem znacaj brendiranja sjenickog sira.

Brend

Pravila postoje da bi ih krsili - Brend postoji da bi ga kopirali !

Rec brend (zig) je engleska rec i njena prva primena bila je kod kauboja na divljem zapadu koji su zigosali svoje krave da bi ih razlikovali od ostalih krava u periferiji. Sa poslovne tacke gledista branding na trzistu je veoma slican branding-u na rancu. Cilj branding programa je da izdiferencira proizvod na trzistu od ostalih krava. Cak i ako vecina krava u periferiji veoma lice jedna na drugu, percepcija o vasem proizvodu mora biti drugacija

Americka asocijacija za marketing(AMA),brend definise kao znak,simbol,ime ili dizajn ili njihovu kombinaciju sa osnovnim svrhama da se proizvod identifikuje ili diferencira od konkurencije.

Uspesni branding program zasniva se na principu singulariteta. Cilj je da se u svesti potrosaca kreira percepcija da na trzistu ne postoji ni jedan proizvod kao vas proizvod, da je on jedinstven i da ga treba zapamtiti kao nesto potpuno novo i posebno.

Medjutim, veoma je vazno zapamtiti da se proces branding-a (zigosanja) ne dogadja na trzistu proizvoda i usluga, vec iskljucivo u glavama i svesti potrosaca. Brand name (ime brand-a) nije nista drugo nego rec(pojam) u svesnosti potrosaca- specijalna rec. Svaka i ako zelite da budete uspesni u zivotu morate se povinovati zakonima branding-a.

**----- 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)**