

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Cijene i troškovi života". Rad ima 20 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.

OTVORENI UNIVERZITET „VITEZ“ TRAVNIK

FAKULTET POSLOVNE INFORMATIKE U TRAVNIKU

SEMINARSKI RAD

CIJENE I TROŠKOVI ŽIVOTA

PREDMET : Istraživanje Marketinga

SEMESTAR: III- treći

TRAVNIK, VELJAČA 2011.god. SADRŽAJ

UVOD.....	1
DEFINICIJA POJMA CIJENE.....	2
Šta utiče na donošenje odluka o cijenama?.....	3
Opšti pristup održivanju cijena.....	3
Cjenovne strategije.....	5
Metode formiranja cijena.....	6
DEFINICIJA POJMA TROŠKOVA.....	6
Podjela troškova.....	7
SEKUNDARNI PODATCI.....	8
Značaj sekundarnih podataka za istraživača marketinga.....	8
Izvori i sadržaj sekundarnih podataka.....	9
Problem racionalnog korištenja sekundarnih podataka.....	9
Prednosti i nedostaci sekundarnih podataka.....	10
CIJENE I TROŠKOVI ŽIVOTA – podatci FZS BIH.....	11
ZAKLJUČAK.....	17
LITERATURA.....	18

UVOD

U uvodu ćemo nešto ukratko reći o Seminarском radu, što se u njemu obrađuje te sam cilj Seminarškoga rada, takođe ćemo pomenuti što predstavlja predmet istraživanja marketinga.

Dakle, u Seminarском radu ću pokušati detaljnije pojasniti što su to cijene, što utiče na donošenje odluka o cijenama, opšti pristup određivanju cijena, cijenovne strategije te metode formiranja cijena. Takođe ćemo nešto reći o troškovima i njihovoj osnovnoj podjeli.

Pomenut ćemo sekundarne podatke kao nezaobilazan izvor informacija u Istraživanju marketinga, a prikupljanje informacija predstavlja predmet istraživanja. Informacija ima jednu karakteristiku koju nemaju drugi resursi, a to je nepotrošivost, takođe oblik informacije nema uvijek isto značenje. Informacija je neophodna pri marketing odlučivanju i donošenju važnih poslovnih odluka.

Istraživaanje marketinga kao predmet predstavlja sakupljanje, registriranje, analizu informacija o proizvodima, cijenama, promociji roba i usluga na tržištu makro i mikro ekonomskih sistema.

DEFINICIJA POJMA CIJENE

Uopšte govoreći cijena je bila, a velikim dijelom je to i danas glavni uticajni faktor na donošenje odluka o kupovini. Ovo se posebno odnosi na tržišta koja imaju relativno malu kupovnu moć. Čak i u bogatim zemljama, unatoč tome što necjenovni faktori imaju bitan i sve veći utjecaj na kupovine, cijena predstavlja bitan element donošenja odluke o kupovini i konkurentnosti među poslovnim subjektima. Cijena se ugovara, a u dosta slučajeva o cijenama se mukotrpno pregovara.

Utvrđivanje jedinstvene cijene za sve kupce, istorijski gledano, novijeg je datuma, a pojavilo se sa pojavom omasovljenja proizvodnje i prodaje te pojavom medija masovnog komuniciranja krajem 19. st. Do tada cijena se utvrđivala pregovaranjem, ili slikovito rečeno cjenkanjem između kupaca i prodavaca. Postizanje povoljne cijene za jednog ili drugog ovisilo je od njihove vještine pregovaranja i mogućnosti posjedovanja informacija.

U užem smislu riječi, cijena je određeni novčani iznos koji je kupac spreman razmijeniti za određeni proizvod ili uslugu. To je vrijednost proizvoda ili usluga koja se na tržištu izražava u novčanom obliku. Svojom spremnošću da tu određenu sumu novca razmjeni za određeni proizvod ili uslugu kupac definiše svoj stav naspram vrijednosti koju proizvod ili usluga za njega imaju. U širem značenju, cijena je ukupnost vrijednosti koju je kupac spreman razmijeniti za koristi koje ima od posjedovanja ili upotrebe određenog proizvoda ili usluge. Znači radi se o uzajamnoj razmjeni vrijednosti između kupca i prodavca. Kupac razmjenjuje jedno, u ekonomskom smislu, univerzalno mjerilo vrijednosti novac, a prodavac određenu robu ili uslugu čija je vrijednost kroz cijenu izražena novcem.

...

**-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com