

## Društvo i marketing

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 16 | Nivo: Janjos Prijedor

### SADRŽAJ:

Sadržaj .....	1
1. Uvod .....	2. 2
2. Kritike marketinga.....	3
2.1. Kritike uticaja marketinga na individualne potrošače.....	3
2.1.1. Visoke cijene.....	3
2.1.2. Praksa obmanjivanja.....	4
2.1.3. Veliki pritisak prodajnog osoblja.....	5
2.1.4. Nedovoljno vrijedni i bezbjedni proizvodi.....	5
2.1.5. Planirano zastarijevanje proizvoda.....	5
2.1.6. Loše usluge nepoželjnim potrošačima.....	6
2.2. Kritike uticaja marketinga na društvo u cjelini.....	6
2.2.1. Stvaranje želja i podsticanje materijalizma.....	6
2.2.2. Narušavanje kulture .....	7
2.2.3. Velika politička moć.....	7
2.3.4. Kritike uticaja marketinga organizacije na druge organizacije.....	8
3. Konzumerizam .....	8
3.1. Prava potrošača.....	9
3.2. Environmentalizam.....	10
4. Marketing kritike.....	11
4.2. Informaciona tehnologija.....	12
4.3. Globalizacija.....	13
4.4. Ostali značajni trendovi i izazovi .....	13
4.5. Marketing odgovori na marketing izazove.....	13
4.5.1. Odgovori organizacija na marketing izazove.....	13
4.5.2. Odgovori marketing stručnjaka na marketing izazove .....	14.. 3
5. Zaključak .....	16
Literatura .....	17

### Uvod

U ovom seminarskom radu ću vas kroz tri oblasti (kritike marketinga , konzumerizam i marketing izazove) koje su vezane za društveni marketing pokušati upoznati sa time ko, kako i zašto kritikuje marketing, šta je to konzumerizam, koja su to prava potrošača te sa kakvim se izazovima srećemo u svijetu marketinga?

### 2.Kritike marketinga

Marketing se dosta kritikuje. Neke kritike su opravdane. Prema društvenim kritikama, određena marketing praksa negativno utiče na: 1. individualne potrošače, 2. društvo u cjelini i 3. druge organizacije (Kotler et al, 1999).

#### 2.1. Kritike uticaja marketinga na individualne potrošače

Kritičari marketinga (predstavnici potrošača, vladine agencije itd.) najčešće upućuju sljedeće negativne kritike zbog uticaja marketinga na potrošače: visoke cijene, praksa obmanjivanja, veliki pritisak prodajnog osoblja, nedovoljno vrijedni i bezbjedni proizvodi, planirano zastarijevanje proizvoda i loše usluge nepoželjnim potrošačima.

##### 2.1.1. Visoke cijene

Prema brojnim kritikama, marketing praksa povećava troškove proizvoda i pro uzrokuje veće cijene nego što bi bile da nema marketinških aktivnosti. Naglašavaju se tri faktora: visoki troškovi distribucije, visoki troškovi oglašavanja i promocije i pretjerano povećanje cijene.

**----- 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)