

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Istraživanje tržišta u marketinški orijentisanom preduzeću". Rad ima 50 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.

UNIVERZITET SINERGIJA

POSLOVNI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

TEMA: Istraživanje tržišta u marketinški orijentisanom preduzeću

Bijeljina, 2010.

SAŽETAK

Poznavanje tržišta neophodan je preduslov u izradi kvalitetnog marketinškog plana. Kvalitet poslovnih odluka koje se donose, podjednako zavisi od kvaliteta informacija kojima se raspolaže.

Istraživanje tržišta pruža potporu pri donošenju marketinških odluka. Prema jednostavnoj definiciji, istraživanje tržišta je unaprijed osmišljeni (planirani) proces prikupljanja i analiziranja podataka, u svrhu pružanja informacija bitnih za donošenje marketinških odluka o upravljanju marketingom.

Svrha istraživanja tržišta je prikupljanje podataka i informacija koje su neophodne za planiranje, organiziranje i kontrolu procesa poslovanja. Istraživanje tržišta omogućava da se donesu ključne odluke na osnovu vjerodostojnih informacija koje se dobiju istraživanjem, kao i rješavanje problema i prepreka na putu do uspjeha u poslovanju. Preduzeće se odlučuje na istraživanje tržišta samo u onim slučajevima kada ne raspolaže sa dovoljno informacija koje su neophodne da se donese ključna odluka.

Ključne riječi: marketing, preduzeće, tržište, istraživanje tržišta, segmentacija tržišta, proizvod...

ABSTRACT

Knowledge of the market is a necessary prerequisite in the development of a quality marketing plan. The quality of business decisions are made, both depend on the quality of information that is available.

Market research provides support in making marketing decisions. According to a simple definition, market research has already been designed (planned) process of collecting and analyzing data for the purpose of providing information essential for making marketing decisions on the management of marketing.

The purpose is to collect market research data and information needed for planning, organizing and controlling of business processes. Market research allows you to make key decisions on the basis of credible information through research and resolution of problems and obstacles on the path to success in business. The company is decided by the market research only in those cases does not have enough information needed to make key decisions.

Key words: marketing, business, market, market research, market segmentation, product ...

SADRŽAJ

UVOD

Istraživanje tržišta je sastavni, objektivni postupak dobijanja informacija koje služe poslovnom odlučivanju. Ono predstavlja standardizirani postupak, zasnovan na principima naučne metode, kojim se prikupljaju, analiziraju i interpretiraju podaci sa svrhom dobijanja informacija potrebnih u odlučivanju i rješavanju problema na području tržišnog poslovanja.

Diplomski rad se sastoji od 7 glavnih dijelova.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com