

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Marketing miks (Makedonski)". Rad ima 18 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.

СЕМИНАРСКА РАБОТА ПО ПРЕДМЕТОТ ОСНОВИ НА МАРКЕТИНГ

ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМСКИ НАУКИ

ТЕМА:

МАРКЕТИНГ- МИКС

Изработила: Ментор:

Даскалоска Донка Проф.д-р. Мирко Трипуноски Бр.на индекс- 08/31044 Асс: Марина Топалоска

Струга, 2010

СОДРЖИНА:

Вовед.....стр.3

Производ (product).....стр.4

Цена (price).....стр.8

Дистрибуција (place)

Што е дистрибуција и канали на дистрибуција?.....стр.12

Типови на канали за дистрибуција.....стр.13

Учесници во каналите на дистрибуција.....стр.14

Промоција (promotion).....стр.14

Заклучок.....стр.17

Користена литература.....стр.18

ВОВЕД :

Штом компанијата ќе ја избере својата целокупна конкурентска маркетинг-стратегија, таа е подготвена да почне да ги планира деталите на маркетинг-миксот. Маркетинг миксот е една од главните идеи во модерниот маркетинг. Го дефинираме како група тактички маркетинг-алатки кои може да се контролираат, кои ги спојува фирмата за да го добие одговорот што го сака на целниот пазар. Маркетинг миксот се разработува за конкретен пазар, при што решенијата се

добиваат врз основа на претходни маркетиншки иследувања кои покажуваат што точно сакаат побарувачите:

дали се спремни да дадат повеќе пари за одреден производ, колку се запознаени со функционирањето на тој производ, каде се навикнати да пазаруваат, по каков начин

колку временските фактори влијаат врз него

колкава е разликата помеѓу неговите желби за производот и реалните желби кои ги има на пазарот итн...

Маркетинг миксот се состои од сето она што фирмата може да го направи за да влијае врз побарувачката за нејзиниот производ. Многуге можности се групираат во четири варијабли, познати како „четири P“ :

Производ (product)

Цена (price)

Дистрибуција (place)

Промоција (promotion)

Значи маркетинг миксот претставува филозофија на менаџирање со која се задоволуваат потребите на потрошувачите и корисниците, со превземање и координација на маркетинг активностите. Тоа значи дека суштината на маркетингот, неговата појдовна основа, се реализира преку маркетинг концептот.

1. ПРОИЗВОД (PRODUCT)

Производ значи севкупност на „стоки и услуги“ што му ги нуди компанијата на целниот пазар. Со производот се задоволуваат потребите на потрошувачите и нивните желби. Оттаму, карактеристиките на производот се од големо значење токму од тој аспект. Од друга страна пак оние кои нудат на пазарот производи, преку продажбата на производите ги остваруваат своите цели: покривање на трошоците и остварување на профит.

Во овој елемент не е само производ како физички опиплив производ, туку може да биде и услуга или пак некој вид на производ во електронска форма (на пример електронска книга, веб страна итн). Кога го разгледуваме секој производ треба да опфатиме три нивоа:

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com