

KONCEPT SEMINARSKOG RADA

Predmet: MENADŽMENT MARKETINGA U UMETNOSTI

Pripremio: _____

MARKETING PLAN

(ime firme ili institucije)

Tema i naziv rada: (uzmite što konkretniju temu za određeni period)

ODABERITE **KONKRETNU** KOMPANIJU ILI INSTITUCIJU KULTURE
KOJA VAM JE POZNATA I ZA KOJU ZNATE DA IMAJU ISKUSTVO
I POTREBE ZA MARKETINGOM !

* koristite njihov primer kao uvod i početne informacije; potrebno je da se raspitate koju ponudu pružaju i na jednom izdvojenom konkretnom primeru **Vi napravite koncept prema teorijskom modelu koji imate u nastavku !!!**

PRVA FAZA: PRIKUPITI INFORMACIJE

MOGUĆI IZVORI:

1. Intervju sa rukovodiocima firme za koju ste se odlučili
2. Umetničke institucije - Intervju sa istraživačkim odeljenjem ili menadžmentom !
3. Umetnička udruženja Srbije, Vojvodine ...(opšti podaci o konkretnoj grani umetnosti !)
4. Statistički zavod Srbije, Beograda, Novog Sada
5. Biblioteka ALU-a i drugih srodnih fakulteta (knjige, studije, raniji sem. radovi i sl.)
6. **Internet**

Primeri tema:

1. Istraživanje stavova potencijalnih kupaca u vezi sa uvođenjem nove predstave XXY za sezonu 2012. – PRIMENA podataka u marketing planu !
2. Rezultati rada bioskopa XX kompanije YY - period 2004 - 2011. – marketinška analiza i predlozi za 2012.
3. Uvođenje nove radio stanice „WW“. Marketinški plan do kraja 2012.
4. Marketing plan za određeno UMETNIČKO UDRUŽENJE, MODNU REVIJU, FESTIVAL, GALERIJU i sl. - za NPR. **narednu godinu.**

Globalni koncept seminarskog rada:

1. Uvod
2. Ciljevi
3. Opis metodologije postavljanja marketing - plana
4. Rezultati istraživanja – podaci i preporuke i
5. Primena dobijenih rezultata – inicirane odluke menadžemanta
6. Zaključak

*VAŽNO: U radu pored stanja koje ste našli istraživanjem treba **dati i svoja rešenja** ili napisati svojim rečima „kako bi trebalo biti prema marketinškom konceptu koji ste našli u literaturi“.

Literatura: (ispitna:) Fransoa Kolber: Marketing u kulturi i i umetnosti, CLIO, Beograd,
K. Digl: Marketing umetnosti, Clio, Beograd S. Kovačević: BIG IDEA. **dopunska literatura:**
S Tarner: Sve o sponzorstvu, CLIO, Beograd, W. Berns: Menadžmet umetnosti - knjige su
izdanje IK. Clio + *Veći broj knjiga iz oblasti MARKETINGA I MARKETINGA
UMETNOSTI – IK. CLIO – pogledajte njihov sajt !)*

MARKETING PLAN

Teoretski deo - ukupno do 5 strana.

ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA – MARKETINŠKI INFORMACIONI SISTEM

1. Potrebe za informacijama (konkurencija, ciljna grupa, okruženje ...)
 2. MIS - prilagođena metodologija istraživanja za različite kategorije infomacija - INTERNI I EKSTERNI PODACI
 3. Obrada i upotreba rezultat istraživanja u MIS-u (tržišni info – sistem)
- /F. Kolber: Marketing u kulturi i umetnosti (255 – 280str.)/*

MARKETINŠKO PLANIRANJE I KONTROLA

1. Ciljevi
2. Proces marketinškog planiranja
3. Marketinški plan
4. Marketinška strategija
5. Instrumenti i predmeti marketinške kontrole

/F. Kolber: Marketing u kulturi i umetnosti (283 – 307str.)/

ANALIZA SITUACIJE - MAKRO-EKONOMSKO OKRUŽENJE

(samo u naznakama o aktuelnom tržišnom okruženju u Srbiji - ukratko do jedne strane)

1. Ekonomija – aktuelna privredna situacija u zemlji
2. Državna uprava
3. Pravna zaštita
4. Tehnologija
5. Ekologija
6. Društvene institucije
7. Institucije kulture

Teoretski deo - ukupno do 5 strana.

U NASTAVKU ZA KONKRETNU KOMPANIJU, INSTITUCIJU ILI DOGAĐAJ !!!

ANALIZA SITUACIJE - ANALIZA TRŽIŠTA

1. Definicija tržišta
2. Veličina tržišta
3. Segmentacija tržišta
4. Struktura tržišta i strateško grupisanje
5. Konkurencija i tržišno učešće
6. Snaga i slabosti konkurencije
7. Trendovi na tržištu

ANALIZA SITUACIJE - ANALIZA KUPACA / POTROŠAČA

1. Proces odluke o kupovini za svaku ciljnu grupu
2. Vrste učesnika u kupovnom procesu
3. Socio - demografska struktura kupaca
4. Psihografska struktura kupaca
5. Motivacija i očekivanja kupaca / potrošača
6. Faktori koji utiču na lojalnost kupaca / potrošača

ANALIZA SITUACIJE - INTERNO OKRUŽENJE

1. Resursi kompanije (kadrovski, finansijski, tehnološki, aktuelna tržišna pozicija i kontakti, raspoloživo vreme i potrebe planiranje)
2. Analiza ciljeva (misija, vizija, korporativni, finansijski, marketinški, PR - ciljevi)

REZIME SITUACIONE ANALIZE - SWOT

1. Interna snaga
2. Interne slabosti
3. Eksterne šanse
4. Eksterne opasnosti
5. Ključni faktori uspeha u ovoj branši u ovo vreme
6. Naša dugoročno održiva konkurentska prednost

MARKETINŠKA STRATEGIJA - PONUDA

1. Ponuda – proizvodni i uslužni mix – ugradnja USP ?!
2. Snaga i slabosti pronude
3. Upravljanje životnim ciklusom ponude
4. Razvoj i lansiranje novog proizvoda
5. Diverzifikacija proizvoda
6. Brend strategija (opšti ciljevi, ciljne vrednosti, ciljni imidž ...)

MARKETING STRATEGIJA - KANALI PRODAJE - DISTRIBUCIJA

1. Geografsko pokrivanje
2. Strategija kanala prodaje
3. Elektronska prodaja

MARKETING STRATEGIJA - PROMOCIJA

1. Ciljevi promocije
2. Strategija promotivnog miksa
3. Oglašavanje (media mix, media plan ...)
4. Unapređenje prodaje
5. Lična prodaja
6. Ekonomski publicitet
7. Promocija u direktnom marketingu (pismo . katalog, telefon, Internet ...)
8. Public Relations

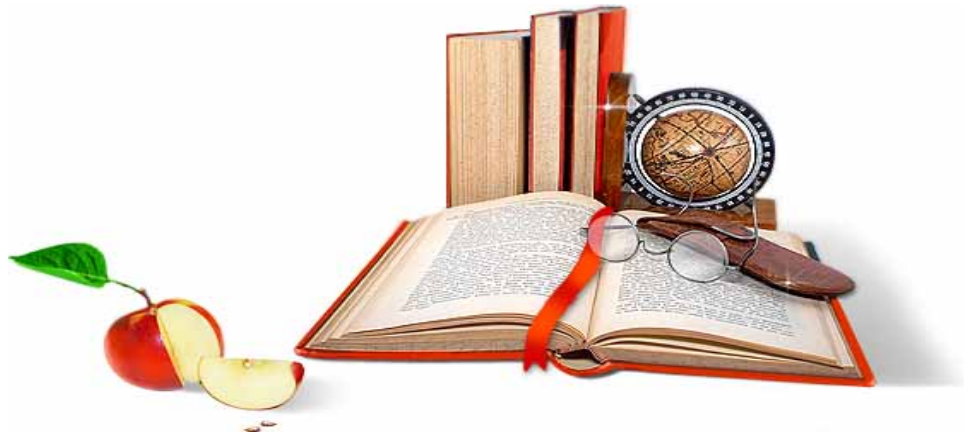
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREDLOZI !

(ukupno rad: oko 30 strana)

Pripremio: _____

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA **MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM**