

# **OSNOVI MARKETINGA**

Šta je marketing?

# Stara definicija marketinga

- **Marketing** (en: *Marketing* ) predstavlja zbir aktivnosti koje su upotrebljene u cilju ostvarivanja profita kroz prodaju proizvoda i usluga od proizvođača prema potrošaču (korisniku, kupcu, klijentu).

# Definicija marketinga

- **Marketing** (eng: *Marketing* ) predstavlja zbir **aktivnosti** koje su upotrebljene u cilju usmeravanja tokova proizvoda i usluga od proizvođača prema potrošaču (korisniku, kupcu, klijentu).
- Marketing je disciplina koja se bavi pitanjima **tržišta** , potreba na tržištu i načina zadovoljenja tih potreba.

# Sistematizacija

- Usled velikog broja definicija marketinga, bila je potrebna sistematizacija, i to:
- Marketing kao koncept
- Marketing kao proces
- Marketing kao nauka

# Marketing kao koncept

- Marketing kao koncept: **specifičan način razmišljanja i delovanja na kojem je zasnovana poslovna politika preduzeća** tj. specifičan način kojim se pristupa osmišljavanju, operacionalizaciji i realizaciji poslovanja preduzeća.

# Marketing kao koncept



# Marketing kao nauka

- Predmet – naučno izučavanje **aktivnosti** koje povezuju proizvodnju i potrošnju te na taj način omogućavaju učinkovitost razmene.
- **DEFINICIJA NAUKE:** Nauka je razvojni sistem relativno istinitih znanja o objektivnoj stvarnosti, do kojih dolazimo upotrebom određenih naučnih metoda. Nauka ima predmet izučavanja i metodičnost, egzaktnost, primenjenost itd.
- Marketing kao naučna disciplina predstavlja biheviorističku nauku koja teži ka pojašnjenju razmene.

# Marketing kao proces

- Kada se marketing definiše kao proces, tada govorimo o sledu svih **aktivnosti** koje povezuju proizvodnju i potrošnju, omogućavajući da proizvodi i usluge idu potrošačima, a informacije o potrebama potrošača proizvođačima.

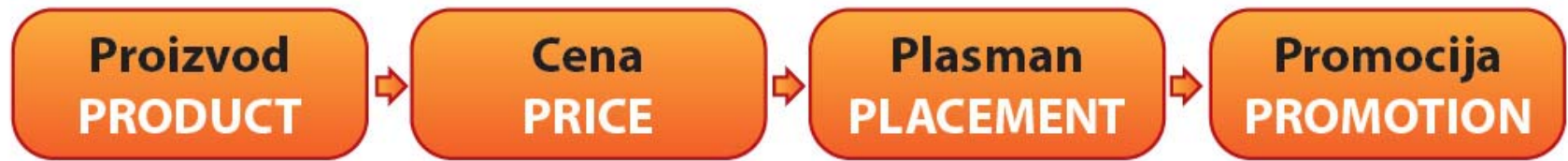
# Marketing kao proces

- Dakle, **Marketing** se sastoji u:
- Utvrđivanju želja klijenata
- Razvijanje strategije za zadovoljenje tih želja
- Pravljenje plana
- Primena plana

# Koje su to aktivnosti?



# Marketing mix 4P

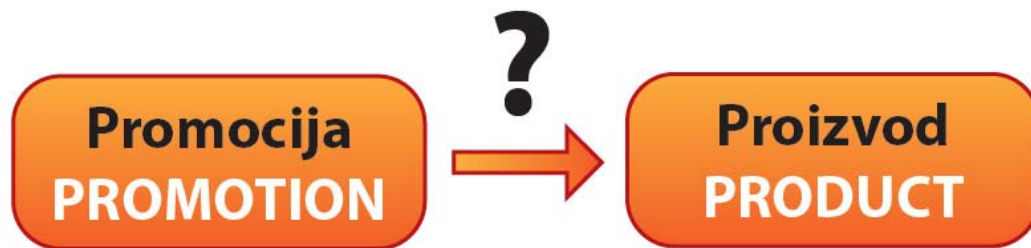


# Marketing mix 4P



# PITANJE ?

Da li je za potrebe plasmana ili prezentacije moguće uticati na prvobitni koncept proizvoda (izgled, funkciju, “količinu”)?



# PITANJE ?



# PITANJE ?



**Moja**  
**Kravica**



*Superkravica*



# PITANJE ?



# PITANJE ?



# PITANJE ?



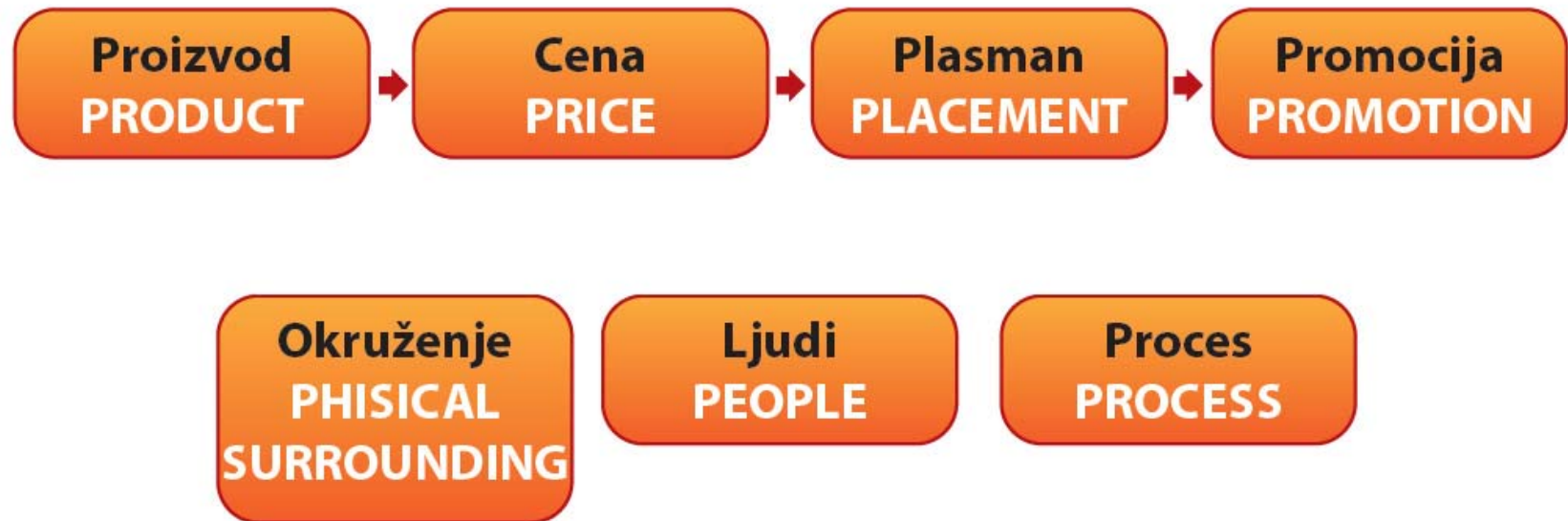
**PUSH kampanja**



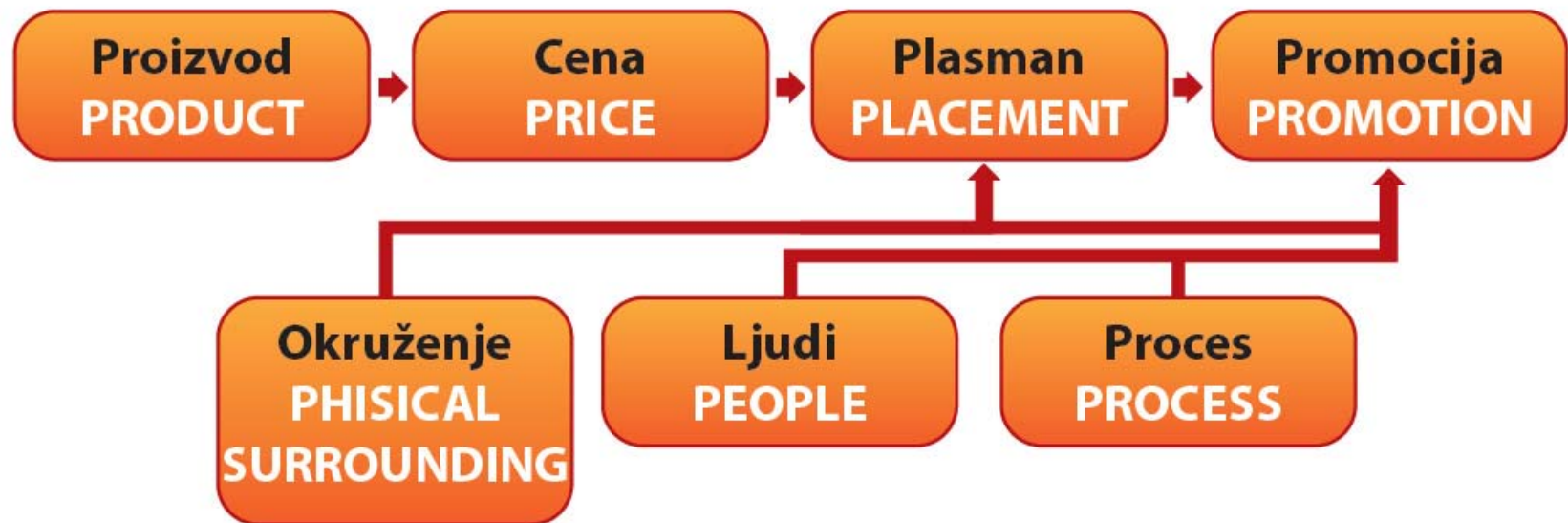
**PULL kampanja**

# **Marketing aktivnosti NISU linearne!**

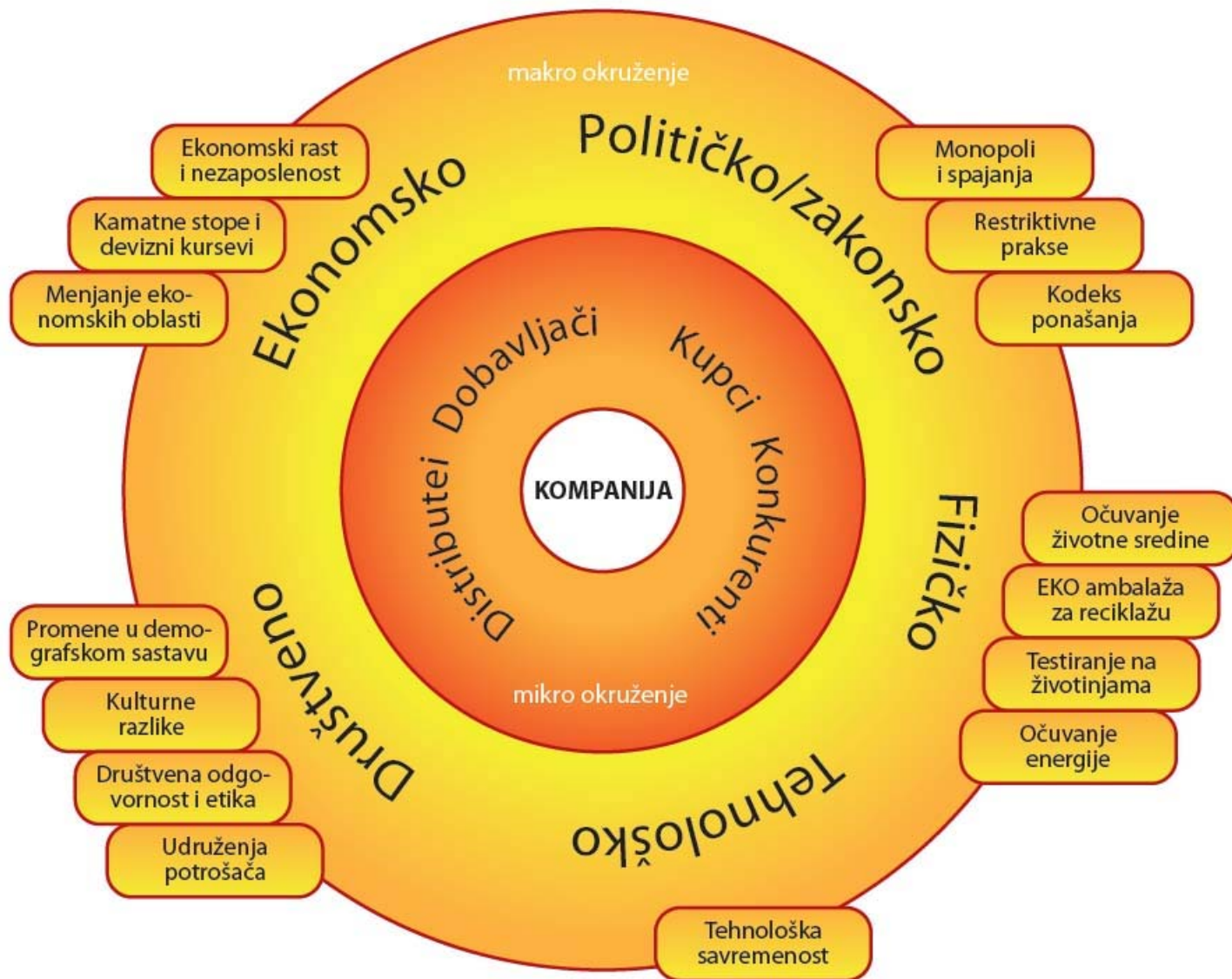
# Marketing mix 7P?



# Marketing mix 7P?



# Marketing okruženje



# SHOPPING



# SHOPPING



# SHOPPING





# Osnovna podela

**Individualni  
potrošači**

**Organizacije**  
industrija, preprodavci,  
državne službe

# Osnovna pitanja

## Ko donosi odluku?

- \* inicijator
- \* uticajna osoba
- \* donosilac odluke
- \* kupac
- \* korisnik

## Kako oni kupuju?

- \* prepozna. potrebe
- \* potraga za informacij.
- \* procena alternativa
- \* kupovina
- \* procena kupljenog

## Kriterijumi za izbor?

- \* tehnički
- \* ekonomski
- \* društveni
- \* lični

## Gde oni kupuju?

- \* mesto

## Kada oni kupuju?

- \* vreme

# Ko donosi odluku

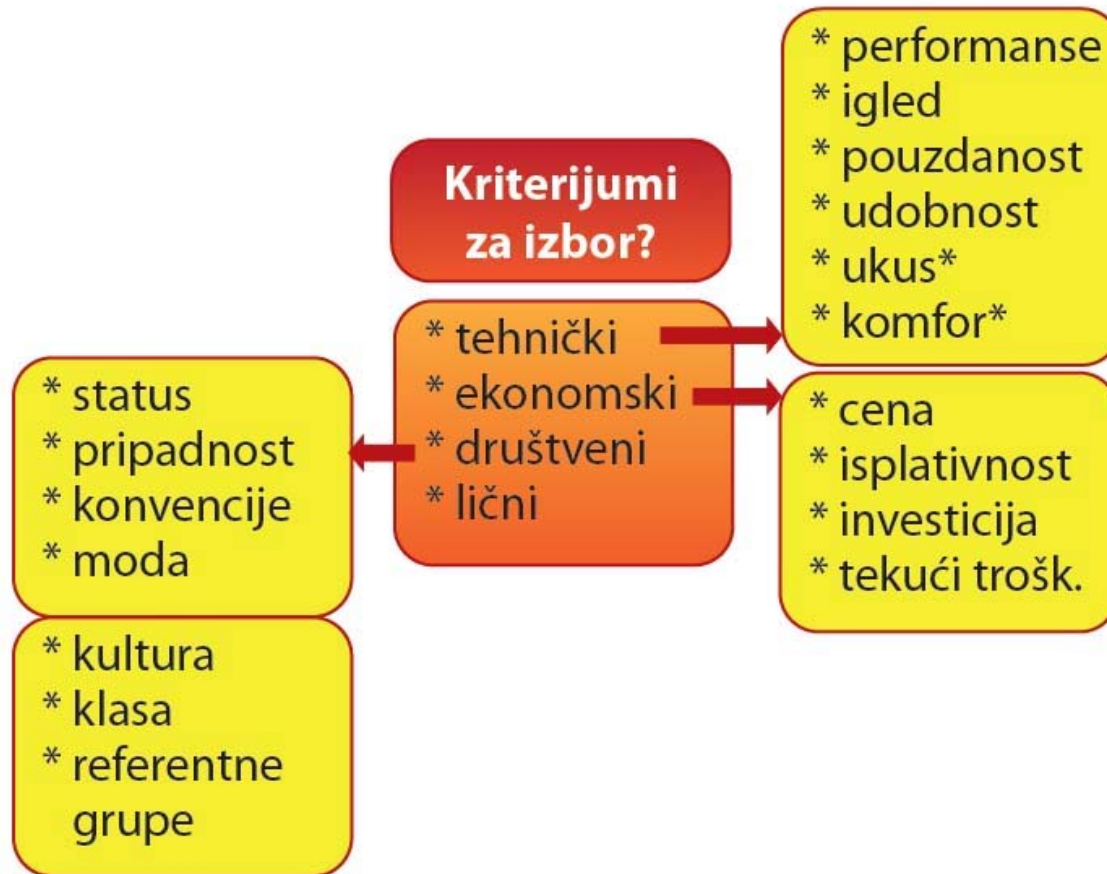
**Ko donosi  
odluku?**

- \* inicijator
- \* uticajna  
osoba
- \* donosilac  
odluke
- \* kupac
- \* korisnik

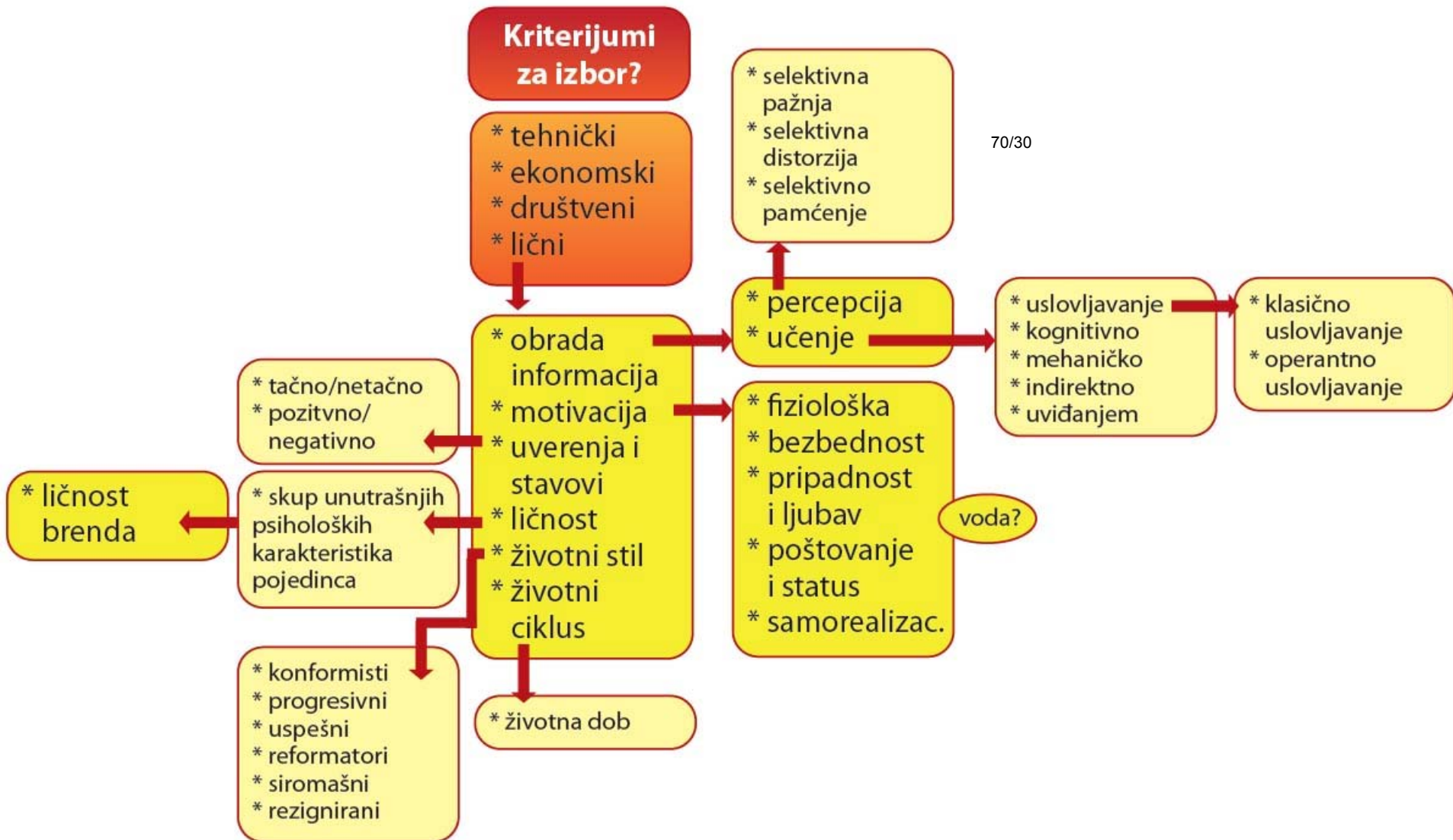
# Kako kupuju?



# Kriterijumi za izbor?



# Kriterijumi za izbor?



# Redosled reakcija kupca?

AIDA

Attention – Interest – Desire – Action

Pažnja – Interesovanje – Želja – Akcija

Cilj?

Sticanje lojalnog kupca

# Redosled reakcija 2?

Prepoznavanje

Poznavanje

Naklonost

Prednost

Ubeđenje

Kupovina

Da li pri svakoj kupovini prolazimo kroz pomenute procese kupovine?

Sta je impulsna kupovina?

# Impulsna kupovina?

Impulsna kupovina:

1. Stalni kupac
2. Trenutno zadovoljstvo

# Mesto-vreme?

**Gde oni  
kupuju?**

\* mesto

- \* prodavnica
- \* hipermarket
- \* shopping mall
- \* tv/internet (kupovina od kuće)

**Kada oni  
kupuju?**

\* vreme

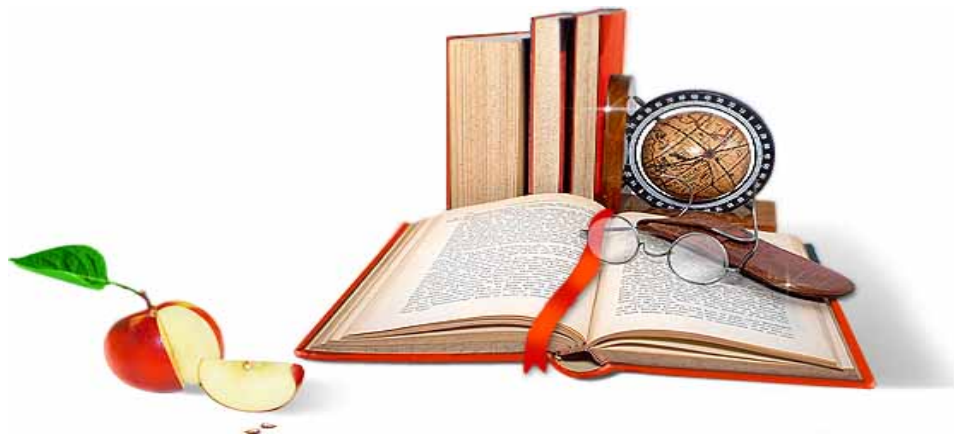
- \* period dana
- \* period godine
- \* rasprodaje
- \* učestalost

THE END



**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.**

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



**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)**

**[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**

**[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET)**

**[WWW.SEMINARSKIRAD.INFO](http://WWW.SEMINARSKIRAD.INFO)**

**[WWW.MATURSKI.ORG](http://WWW.MATURSKI.ORG)**

**[WWW.ESSAYSX.COM](http://WWW.ESSAYSX.COM)**

**[WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI](https://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](mailto:MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM)