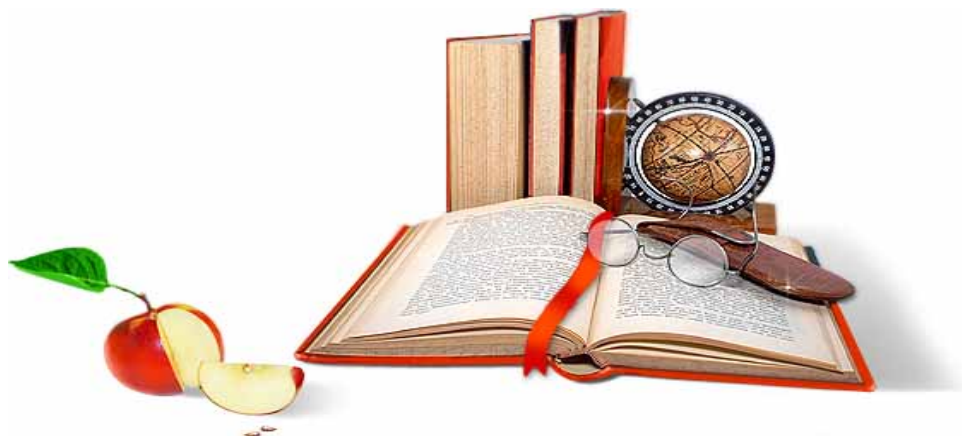


BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI
EDUKATIVNI MATERIJALI.



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

Zadatak 1.

Polazne osnove

1. Što promoviram ?

Kratki opis:

proizvoda/usluge/ te

proizvođača/ davaoca usluge (OPIS AMBICIJE: Misija, Vizija (identiteta, poslovanja - prodaji, prihodima i troškovima CILJEVI: dugoročni i kratkoročni te prodaje i prihoda)

Promotivne konstante proizvoda ili usluge :

image, (*odredite identitet pa definirajte željeni imidž*)

ime,

zaštitni znak,

maskota,

slogan,

vizualni identitet,

promotivni stil.

2. Tko troši a tko kupuje moju robu ?

Kratki opis ciljane grupe – tržišnog segmenta te mjesta i načina trošenja robe

3. Tko, što, kada, gdje i kako nudi na tržište umjesto moje robe ?

Kratki opis konkurencije, posebno načina promoviranja.

4. Kakva je opća situacija na tržištu na kojem nudim robu ?

Kratki opis tržišta, odnosa ponude i potražnje te tržišnih trendova.

5. Kakva je opća situacija u okruženju mog tržišta ?

Kratki opis okruženja, kupovna moć, stil življenja, dominantni trendovi, posebno u gospodarstvu.

6. Kakva je medijska situacija u okruženju moje robe.

Kratki opis medijske situacije, posebno trendovi i novi mediji.

Zadatak 2.

Marketinški zadatak

1. Iznesite plan prodaje Vaše robe

Navedite detaljan opis prodajnog asortiman robe (proizvod, usluga, ideja)

Navedite cijene svake pojedine robe

Iznesite rezultate istraživanja tržišta:

ponuda konkurencije: cijene, kvaliteta, uvjeti prodaje i sl.

kupovna moć,

ponašanje potrošača.

Iznesite plan količine prodaje pojedinih roba te očekivani ukupni prihod

Opišite Vašu prodajnu silu

2. Definirajte strategiju prodaje Vaše robe:

Izaberite tržišni segment

Definirajte prodajne ciljeve

Definirajte plan prodajnih aktivnosti

Definirajte terminski plan prodaje

Definirajte područja prodaje

Rekapitulirajte navedene činjenice te definirajte marketinški zadatak kao osnovu za izradu plana promocije

Zadatak 3.

Promotivni proračun i zadatak

1. Iznesite napomene (ako ih imate)

Npr. analizirajte vlastitu promotivnu praksu

2. Odredite promotivni proračun

Odredite kriterije za planiranje iznosa promotivnog proračuna:

dio cijene koštanja

postotak od planiranog prihoda

postotak od planirane dobiti

paušalni iznos sukladno ciljevima promocije, prodaje ili ukupnog poslovanja

3. Opišite promotivni zadatak

Odredite ulogu Vaše promocije u odnosu na ostale poslovne aktivnosti

Odredite misiju Vaše promocije

Odredite viziju Vaše promocije

Odredite ciljeve koje Vaš promocija treba ostvariti

Odredite način (strategiju) realizacije postavljenih promotivnih ciljeva:
izvršite izbor ciljne skupine komunikacije (spol, dob, ... motivi, obilježja ličnosti, ..)

odredite promotivne konstante: Ime, znak, image, slogan, itd.

odredite izvor(e) ili pošiljatelj(e) poruke,

odredite oblike uvjeravanja: informacije i argumenti ili emocije (vrste apela)

odredite izbor promocijskih funkcija – promotivni splet (propaganda, unapređenje prodaje, itd.)

odredite termine i područja provođenja promocije

izaberite medije promocije, medijski splet, odredite način korištenja medija, njihovu ulogu i zadatke u sklopu plana promocije

izaberite akcija i sredstava promocije, odredite njihovu ulogu i zadatke u sklopu plana promocije te njihov međuođnos.

Odredite organizaciju službe promocije

Napravite plan korištenja vanjskih suradnika u procesu ostvarenja promocije

Zadatak 4.

Plan akcija - PROMOTIVNI SPLET

1. Ponovite ukratko plan prodaje Vaše robe

Navedite detaljan opis prodajnog asortiman robe (proizvod, usluga, ideja)

Iznesite plan količine prodaje pojedinih roba

Opišite Vašu prodajnu silu

Opišite Vaš tržišni segment

Navedite prodajne ciljeve

Navedite plan prodajnih aktivnosti

Navedite terminski plan prodaje

Navedite područja prodaje

2. Odredite vrste stožernih i granične promotivnih aktivnosti koje ćete koristiti

Izbor izvršite za svaku robe, sukladno:

odabranom tržišnom segmentu,

definiranim prodajnim ciljevima,

definiranom planu prodajnih aktivnosti,

3. Izradite plan promotivnih akcija

Opišite svaku pojedinu akciju.

Odredite za svaku akciju:

njene ciljeve,

njeno mjesto i ulogu u odnosu na druge akcije,

medije koje ćete koristiti za realizaciju akcije,

sredstva koja ćete koristiti za realizaciju akcije,

područje na kojima će se akcija realizirati,

termine realizacije akcije te

troškove realizacije akcije.

Zadatak 5.

Plan sredstava – OPIS SREDSTAVA

1. Priprema

Izradite listu akcija sa popisom sredstava po pojedinoj akciji.

Na temelju liste akcija i popisa sredstava po pojedinoj listi izradite listu sredstava koje planirate koristiti u vašoj promociji

2. Izradite plan sredstava

Opišite svako pojedino sredstvo.

Odredite za svako sredstvo:

njegove ciljeve,
njegovo mjesto i ulogu u odnosu na druga sredstva,
sadržaj, izgled (slogan i tekst poruke)
medije u kojima ćete koristiti sredstvo,
akcije u kojima ćete koristiti sredstva,
područje na kojima će se sredstvo koristiti,
termine izrade sredstva te
troškove izrade sredstva.

3. *Testirajte kvalitetu sredstava prije početka promoviranja:*

Testirajte kvalitetu sredstava u odnosu:

razumljivost
fokusiranost
prihvatljivost
učinkovitosti

Podsjetnik - Sredstva promocije:

Oglas i druga sredstva za objavu u tisku.

Prospekt i druga tiskana sredstva.

TV oglas (spot) i druga projekcijska sredstva.

Radio oglas i druga akustička sredstva.

WEB stranica i druga računalna sredstva.

Plakat i druga sredstva za mjesta kupnje, potrošnje i intenzivnog prometa

Logistička promocijska sredstva.

Ostala promocijska sredstva

Zadatak 6.

Izračun troškova – TROŠKOVNIK PROMOCIJE

Analiza realizacije – UČINKOVITOST PROMOCIJE

1. Priprema

Izradite liste akcija i sredstava.

2. Izradite plan troškova

Na temelju lista akcija i sredstava izradite listu troškova vaše promocije.

Usporedite iznos planiranih troškove sa planiranim iznosom promotivnog proračuna te izvršite njihovo usklađivanje.

2. Analizirajte učinkovitost vaše promocije

Na kraju planiranog poslovnog razdoblja analizirajte ostvarene rezultate prodaje u odnosu na planirane te analizirajte pozitivne i negativne učinke promocije na realizaciju planova.