

*Ovde unesite naziv Vase škole , na primer Elektrotehnička škola Nikola Tesla, Zrenjanin

SEMINARSKI RAD

Tema : CENA KAO INSTRUMENT MARKETING MIKSA

Profesor-mentor:
***ime mentora**

Student:
***Vase ime, razred**

Decembar, 2008.

1. CENA KAO INSTRUMENT MARKETING MIKSA

1.1. *Uloga cene u marketing miksu*

Cena je jedan od instrumenata marketing miksa koji, korišćen samostalno ili u kombinaciji sa ostalim instrumentima, treba da omogući realizovanje ciljeva poslovanja. Cena je instrument "sredstvo", a ne cilj marketing aktivnosti. Cena je strategijska promenljiva kojom se utiče kako na ostvarivanje obima prodaje i dobita u kratkom roku, tako i na rast i razvoj preduzeća u dugom roku. Cilj marketinga nije najviše moguća cena za proizvode i usluge već cena koja će u kombinaciji sa ostalim instrumentima marketing miksa da doprinese ostvarenju kratkoročnih i dugoročnih ciljeva poslovanja. Ciljevi cena se određuju na osnovu opštih ciljeva poslovanja preduzeća i marketinga, potencijalna preduzeća i analiza faktora "internih i esternih" koji utiču na formiranje cena preduzeća. Na osnovu ciljeva se formuliše politika i donose strategijske i taktičke odluke o cenama.

Preduzeće je veoma osetljivo na promene u nivou cena svojih proizvoda i usluga jer se one neposredno i često u kratkom roku odražavaju na dobit. Cena je instrument marketing miksa koji je kvantitativno izražen i čiji je odnos sa dobitkom lako uočljiv što nije slučaj sa ostalim instrumentima marketing miksa. Direktna veza između cene i dobiti uočljiva je na više načina. Ukupni prihod predstavlja broj prodatih proizvoda i usluga po određenoj ceni. Broj proizvoda koji može da se proda na određenom tržištu i u određeno vreme zavisi od cene koju preduzeće zaračunava za svoje proizvode i usluge. Konačno iznos troškova poslovanja uslovljen je brojem realizovanih proizvoda i usluga. Svaka promena u ceni utiče na ukupni prihod, obim proizvodnje i troškove a preko na njih na dobit.

Svaka ozbiljnija promena u ostalim instrumentima marketing miksa (proizvodu, distribuciji i promociji) zahteva preispitivanje uloge cene u kombinaciji instrumenata za određeni tržišni segment.

Promene u proizvodu često znače promene u ceni, jer realne promene u proizvodu po pravilu znače značajnije promene troškova poslovanja. Cena je bitan element ugovora proizvođača i trgovinskih organizacija preko kojih se prodaju proizvodi na domaćem ili međunarodnom tržištu. Cena ima uticaj na obim prodaje angažovanih kanala prodaje proizvoda.

Ima shvatanja u literaturi i da tzv. necenovni instrumentima marketing miksa (proizvoda, distribucija i promocija) dobijaju na značaju a da je uloga cene za dobar broj proizvoda i usluga manje značajna. Takva shvatanja ne treba ne kritički prihvatiti. Cene su nesumnjivo veoma osetljiv instrument marketing miksa i u privredama gde je nacionalni dohodak po glavi stanovnika relativno skroman.

Potrebno je ostvariti pozitivnu energiju između proizvoda, distribucija i promocija kao necenovnih instrumenata sa cenom. Treba slediti pri tome principe konzistentnosti i kompletarnosti koji su bitni za optimizaciju marketing miksa odnosno ponude preduzeća. Cena se izražava uz različitim terminima u razmeni. Npr. za osiguranje automobila ili stana plaća se premija za zaštitu od udesa za obrazovne programe plaća se školarina...

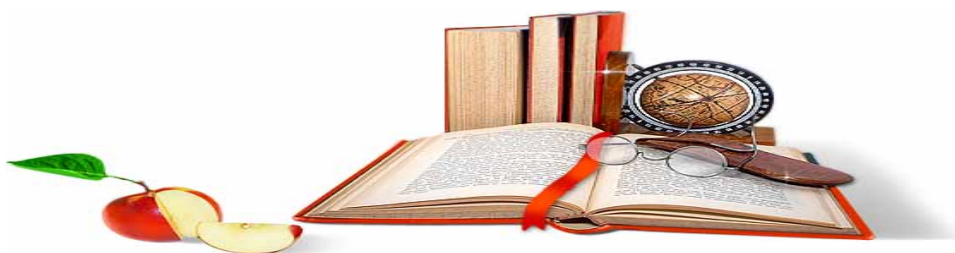
1.2. *Neophodnost donosenja odluka o cenama*

Cena je instrument marketing miksa o kome upravljački organ donosi veći broj odluka. Kada ima više proizvoda u proizvodnom programu (asortimanu) neophodno je odrediti odnos među cenama pojedinih proizvoda. Odluka o ceni se ne može doneti jednom za ceo životni ciklus proizvoda - nastaju situacije koje zahtevaju modifikovane inicijalno postavljane cene.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



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 NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com