

Sadržaj

Uvod	2
Pojam cene	4
Ciljevi pri formiranju cena	4
Osnovni metodi formiranja cene	5
Formiranje cene na osnovu troškova	6
Formiranje cene orijentisano ka konkurenciji	6
Formiranje cene pod uticajem tržišta	7
Ključni faktori koji utiču na odluke o formiranju cene	8
Strategija pozicioniranja	9
Strategija lansiranja novih proizvoda	9
Strategija za liniju proizvoda	10
Konkurentska marketing strategija	10
Strategija upravljanja kanalima	11
Strategija međunarodnog marketinga	12
Upravljanje promenama cene	12
Okolnosti	12
Taktika	13
Procena reakcije konkurenata	13
Reagovanje na promene cena konkurenata	14
Kada pratiti	14
Kada ignorisati	14
Taktike	15
Etička pitanja vezana za formiranje cene	15
Fiksiranje cene	15
Predatorsko formiranje cene	16
Varljivo formiranje cene	16
Diskriminacija cene	16
Damping	16
Zaključak	17
Litaretura	18

UVOD

Upravljanje marketing miksom je ključna marketing aktivnost. Borden je definisao marketing miks kao «*raspodelu napora, kombinaciju, oblikovanje i integraciju elemenata marketinga u program ili 'miks' koji će na osnovu procene tržišnih snaga, najbolje ostvariti ciljeve preduzeća u datom vremenu*». Marketing miks je po svojoj prirodi sistem odabranih upravljivih instrumenata, odnosno:

- ↳ Je sistem – jer nije prost zbir, nego celina delova čijim povezivanjem preduzeće nastoji da ostvari sinergiju
- ↳ Se odnosi na razmenu – jer ona je suštinski koncept marketinga

Svha marketing miksa je ostvarenje ciljeva preduzeća kroz zadovoljenje ciljnog tržišta, odnosno po širem shvatanju, sastoji se u ostvarenju ciljeva ljudi, kao pojedinca/organizacija, kroz ostvarenje procesa razmene.

Prema profesoru Makartiju, elementi marketing miksa su tzv. **4P**: proizvod (*product*), cena (*price*), promocija (*promotion*) i mesto/distribucija (*place*). Ova **4P** su ključne oblasti donošenja odluka i predstavljaju najznačajniji aspekt marketing koncepta.

1. Proizvod – izbor proizvoda/usluge i koristi koje treba ponuditi grupi kupaca poznat je pod nazivom *odluke o proizvodu*, i važan element u tome je razvoj novog proizvoda/usluge. Pošto se tehnologija i ukusi menjaju, proizvodi zastarevaju i postaju slabiji u odnosu na proizvode konkurencije, pa ih kompanije moraju karakteristikama koji kupci cene. Odluke o proizvodu uključuju i izbor imena brenda, garancije, pakovanja...

2. Cena – pošto jedinična cena predtavlja ono što kompanija dobija za proizvod/uslugu koju promovise, ona predtavlja ključni element marketing miksa, poto svi drugi elementi predstavljaju troškove. Stoga treba vrlo jasno postaviti ciljeve i metode formiranja cena, kao i faktore koji utiču na određivanje cene, i u obzir treba uzeti neophodnost davanja popusta i olakšica u nekim transakcijama.

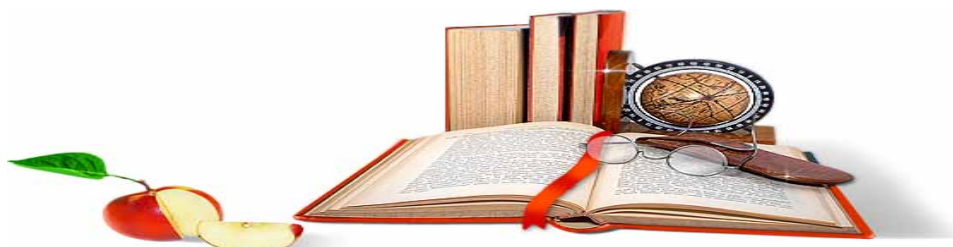
3. Promocija – odluke treba donositi uzimajući u obzir promotivni miks: oglašavanje, lična prodaja, unapređenje prodaje, odnosi sa javnošću, direktni i interne marketing... Ovim sredstvima ciljne grupe se upoznaju sa proizvodom/uslugom i koristima koje one donose kupcima. Sve zastupljenije je korišćenje Interneta kao promotivnog sredstva i njegova ključna prednost je to što male lokalne kompanije mogu proširiti svoje tržište uz relativno niske troškove.

4. Distribucija – aspekti distribucije tiču se onih odluka koje se odnose na distribucione kanale, lokacije prodajnih objekata, metode transporta, nivo zaliha... Cilj je da se omogući da proizvodi/usluge budu dostupni na pravom mestu, u pravo vreme u odgovarajućoj količini. Distributivni kanali sastoje se od organizacija kao što su maloprodaja i veleprodaja preko kojih roba pronalazi svoj put do kupaca.

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

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
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 RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com