

SEMINARSKI RAD

iz predmeta

-Ekonomika i marketing-

**Tema: "Uloga informacije u
procesu odlučivanja"**

Uloga informacije u procesu odlucivanja

Sa napretkom svetske tehnologije i povecanjem broja inovacija,mnoge vazne karakteristike proizvoda,koje mnoga preduzeca zele da iskoriste u trzisnoj utakmici,ostaju izvan opazanja potrosaca.Reklo bi se da se problem upravo nalazi u domenu planiranja i sprovedjenja privredne propagande.Izgleda da je problem slozeniji i pretpostavlja se da je za dobro pozicioniranje proizvoda na trzistu potrebno mnogo vise iskustva i ranijeg znanja ,a takodje i razumevanja nacina na koji se potrosaci informisu o konkurentskim markama.Trzisne informacije najvise oblikuju ponasanje potrosaca.

Pre svega,potrosaci primaju informacije kroz cula vida,sluha,ukusa,mirisa i dodira.Stimulansi koje proizvode preduzeca,da bi informisala potrosace,uticala na njihovu odluku da kupe odredjenu marku proizvoda,usmereni su na aktiviranje ovih cula tzv. senzornih receptora.Marketing nastoji da aktivira svih pet senzornih cula kako bi se uticalo na ponasanje potrosaca,ali nisu retki ni slucajevi selektivnog pristupa.Senzorni input je , nervni impuls koji ljudski mozak prima od senzornih receptora.Vazno je, znati da je velika razlika izmedju stimulansa i primanja(percepcije) tih stimulansa od potrosaca.Potrosaci mogu razlicito da dozivljavaju odredjeni proizvod i da se u zavisnosti od toga ponasaju u kupovini.Isti stimulansi ne primaju se na isti nacin kod vis epotrosaca,i to dovodi do razlicitog ponasanja u kupovini.Proizvod procesa informisanja je formiranje procena i stavova, pa cak i navika koje potrosaci koriste u kupovini proizvoda i usluga na trzistu.

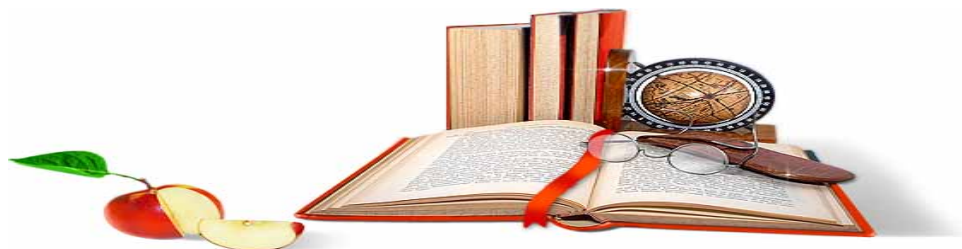
Informisanje potrosaca definise se kao proces putem kojeg ljudi primaju,slusaju,razumeju,pamte i koriste razne podatke, informacije, procene, predvidjanja...a koji uticu na njihove odluke o kupovini proizvoda i usluga.Sastoji iz dva primarna sistema:senzornog i konceptualnog.Senzorni sistem odnosi se na funkcionisanje senzornih receptora(cula) i predstavlja potrosacev odgovor na uticaje(stimulanse) iz spoljasnjeg sveta(okruzenja).Konceptualni sistem je okrenut unutrasnjem svetu potrosaca i odnosi se na mentalne procese razmisljanja i rasudjivanja.Osnovne karakteristike procesa informisanja potrosaca su:

- 1.Adaptivnost i fleksibilnost(na stimulanse iz spoljasnjeg sveta),
- 2.Naglasavanje znacaja i uloge potrosaceve memorije,posebno dugotrajne,

**---- 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 RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com