

POLITIKA I GOSPODARSTVO – PRILAGODBA SADRŽAJA – 3. PKS

NASTAVNA CJELINA: MARKETING

NASTAVNE JEDINICE: POJAM MARKETINGA, MARKETINŠKI SPLET

POJAM MARKETINGA

Ako razmišljate o marketingu, vidjet ćete da ne možete ući u novi dan, a da ne uđete u područje marketinga.

Marketing toliko utječe na naš svakodnevni život, a da toga nekad nismo ni svjesni.

MARKETING možemo definirati kao poslovnu filozofiju ili način razmišljanja i djelovanja pojedinaca ili grupe ljudi (organizacije, institucije i sl.) koje sudjeluju u razmjeni na tržištu.

Vrijednosti koje se nude putem marketinga mogu biti proizvodi ili usluge, ali i ideje, znanje...

Marketing je društveni proces koji usmjerava dobra i usluge od proizvođača do potrošača na način da ispunjava društvene ciljeve.

MARKETINŠKI SPLET ILI MARKETINŠKI MIKS



MARKETINŠKI SPLET je kombinacija instrumenata kojima se organizacija koristi da bi postigla traženu razinu prodaje na ciljnom tržištu i time ostvarila dobit.

Marketinški splet ili 4P jest:

- Proizvod
- Prodajna cijena
- Plasman
- Promocija

1. PROIZVOD

Proizvod kao element marketinškog spleta obuhvaća nekoliko elemenata kojima se može utjecati na razinu prodaje: asortiman, kvaliteta, obilježja, marka, pakiranje i sl.

Marka je ime, termin, znak simbol ili nešto drugo što identificira proizvod i razlikuje ga od drugih proizvoda.

2. PRODAJNA CIJENA

Cijena je jedan od glavnih elemenata u kupčevu izboru proizvoda. Cijena se formira na temelju ponude i potražnje na tržištu.

3. PLASMAN

Politika plasmana obuhvaća prodaju i distribuciju proizvoda. Prodaja ima zadaću da proizvode iznese na tržište, da ih proda i ostvari dobit.

IZRAVNA PRODAJA – proizvođača svoje proizvode prodaju izravno potrošačima.

NEIZRAVNA PRODAJA – proizvođač prodaje proizvode trgovini, a ona ih plasira na tržište i prodaje krajnjem potrošaču.

4. PROMOCIJA

Promocijske aktivnosti su kontinuirani proces razmjene informacija, poruka i poticaja između proizvođača i potrošača.

U promocijske aktivnosti ubrajamo sljedeće:

- Ekonomska propaganda – medijsko prezentiranje ili oglašavanje proizvoda
- Osobna prodaja – usmena prezentacija jednom ili više kupaca kojoj je cilj prodaja
- Unapređenje prodaje – nagradne igre
- Publicitet – neplaćeni medijski oblik stimulacije prodaje proizvoda
- Odnosi s javnošću – planirana aktivnost proizvođača radi stvaranja povoljnijeg raspoloženja prema njegovom proizvodu

PITANJA ZA PONAVLJANJE I PROVJERU ZNANJA:

1. Objasnite što je marketing _____

2. Što je marketinški splet? _____

3. Nabrojite elemente marketinškog spleta

4. Nabrojite distribucijske kanale _____

5. Što je promocija? _____

6. Nabrojite promocijske aktivnosti _____

7. Objasnite ekonomsku propagandu _____

8. Nabrojite nekoliko medija gdje se mogu promovirati proizvodi_____

1. ZADATAK - MARKETINŠKI SPLET

U promotivnom letku (dobivate ih doma svaki tjedan) odaberite jedan proizvod i zalijepite elemente marketinškog spleta, koje ćete naći u promotivnim materijalima ili u drugim novinama ili na internetu.

1. PROIZVOD

2. PRODAJNA CIJENA

3. PLASMAN

4. PROMOCIJA

2. Zadatak – U tablici je naveden zaštitni znak, navedite jedan njihov proizvod koji poznajete.

ZAŠTITNI ZNAK	PROIZVOD
	
	
	
	

INA



Coca-Cola





DIGITALNI OBRAZOVNI SADRŽAJI – za ponavljanje i provjeru znanja.

1. MARKETING

<https://wordwall.net/hr/resource/1302915>

2. MARKETING

<https://wordwall.net/hr/resource/3428028>

3. MARKETINŠKI SPLET

<https://learningapps.org/14238155>

Izradila: Dragica Koštarić, prof. izvrstan savjetnik