

SADRŽAJ

UVOD.....	1
1. Cena kao element marketing miksa.....	1
2. Izbor strategije cena.....	1
3. Određivanje cene sa aspekta potrošača i proizvođača.....	Error! Bookmark not defined.
4. Proces određivanja cene i faktori koji utiču na određivanje cene .	Error! Bookmark not defined.
5. Određivanje cene u zavisnosti od ciljeva organizacije....	Error! Bookmark not defined.
6. Izbor metoda određivanja cene.....	Error! Bookmark not defined.
6.1. Uticaj tražnje na određivanje cene.....	Error! Bookmark not defined.
6.2. Uticaj procene troškova na određivanje cene.....	Error! Bookmark not defined.
6.3. Uticaj konkurencije na određivanje cene.....	Error! Bookmark not defined.
6.4. Metode određivanja cene.....	Error! Bookmark not defined.
7. Izbor konačne cene	Error! Bookmark not defined.
7.1. Psihološko određivanje cene	Error! Bookmark not defined.
7.2. Uticaj drugih instrumenata marketing miksa.....	Error! Bookmark not defined.
7.3. Politika organizacije u određivanju cene i uticaj na druge strane ..	Error! Bookmark not defined.
8. Osnove diferenciranja cene	Error! Bookmark not defined.
9. Iniciranje promena cene.....	Error! Bookmark not defined.
9.2. Reakcije na promene cene	Error! Bookmark not defined.
9.3. Reakcija na promene cena konkurenata	Error! Bookmark not defined.
10. Razlika između cenovno i necenovno orijentisane strategije.....	Error! Bookmark not defined.
ZAKLJUČAK.....	Error! Bookmark not defined.
LITERATURA	Error! Bookmark not defined.

UVOD

Cena treba da služi preduzeću da dosegne svoje ciljeve. Kratkoročno gledano, cena ima najveći uticaj na kratkoročnu profitabilnost. Srednjoročno gledano, postoji indirektna veza između cena i ciljeva poduzeća. Cene utiču na cash flow poduzeća, zalihe, kupce, imidž marke, kvalitet proizvoda, konkurentnost na tržištu, verovatnost vladine regulacije i prepoznavanje od strane potrošača.

1. Cena kao element marketing miksa

U politici cena ogleda se ključni deo marketing koncepta. Ona predstavlja sredstvo za ostvarivanje ciljeva, a ne cilj marketing aktivnosti. Ona uz ostale elemente marketing miksa (proizvod/usluga, distribucija i promocija), doprinosi ostvarivanju strateških ciljeva kompanije. Cena ne bi trebala da se tretira izolovano već da se u poslovnoj politici koristi, pre svega, u kombinaciji sa drugim instrumentima marketing miksa. Cilj marketinga nije najviša moguća cena za proizvode i usluge već cena koja će u kombinaciji sa ostalim instrumentima marketing miksa doprineti ostvarivanju ciljeva poslovanja. U poslovnoj politici preduzeća, cena ima dve uloge. Jedna je da se odnosi na definisanje politike cena kao strategijsku determinantu, a druga je donošenje kratkoročnih odluka kojima se prilagođava marketing miks u zavisnosti od situacije na tržištu.

2. Izbor strategije cena

Osnovni elementi, odnosno faktori za utvrđivanje cene proizvoda/usluga su:

- poslovni i marketinški ciljevi,
- potražnja,
- troškovi,
- konkurencija,
- ekonomska politika,
- društvena kontrola cena i dr.

Osnovni metodi formulisanja cena su:

- interni metod (zasnovan na troškovima),
- metod zasnovan na konkurenciji,
- 1. metod zasnovan na potrošačkoj vrednosti (tražnji).

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

**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

- 2.
- 3.