**Spisak tema za seminarske radove iz predmeta Marketing**

1. **Prikaz i analiza pojedinih definicija marketinga**
2. **Analiza i uporedni prikaz faza poslovne orjentacije**
3. **Prikaz i analiza pojedinih pojmova koji se izjednačavaju sa marketingom**
4. **Marketing i privredni razvoj i drustvena koncepcija marketinga**
5. **Uloga marketinga u biznisu i preduzetništvu**
6. **Osnovni preduslovi za primjenu marketinga u preduzecu i savremena kritika marketinga**
7. **Online marketing**
8. **Analiza holistickog marketinga**
9. **Objektivnost potreba za rekonceptualizacijom marketinga**
10. **Partnerstvo sa kupcima i nova uloga marketinga u preduzeću**
11. **Tržište, osnovni pojam i definisanje**
12. **Komponente tržišta**
13. **Različiti aspekti posmatranja tržišta**
14. **Prikaz mehanizma funkcionisanja tržišta**
15. **Međusobna povezanost preduzeća i tržišta**
16. **Osnovni značaj i uloga segmentacije tržišta**
17. **Marketing okolina, pojam i uloga**
18. **Struktura marketing okoline**
19. **Preduzeće kao marketing okruženje**
20. **Makro okruženje**
21. **Informacije kao podloga za donošenje marketing odluka**
22. **Marketing informacioni sistem, pojam i značaj**
23. **Funkcionisanje MIS-a i tokovi informacija u MIS-u**
24. **Marketing istraživanje, pojam i uloga**
25. **Proces marketing istraživanja**
26. **Sekundarni izvori podataka**
27. **Primarni izvori podataka**
28. **Međunarodno marketing istraživanje**
29. **Potrošači, potrebe i motivi**
30. **Proces odlučivanja o kupovini**
31. **Interni faktori koji utiču na ponašanje potrošača**
32. **Eksterni faktori koji utiču na ponašanje potrošača**
33. **Ponašanje organizacija kao potrošača**
34. **Značaj analize tržišta u marketingu i njeni osnovni oblici**
35. **Osnovni pokazatelji analize tržišta**
36. **Analiza tražnje**
37. **Predviđanje tražnje i prodaje**
38. **Identifikovanje tržišnih mogućnosti**
39. **Metode i tehnike istrazivanja**
40. **Osnovni instrumenti marketing MIX-a**
41. **Proizvod kao instrument marketing MIX-a**
42. **Različiti aspekti posmatranja proizvoda**
43. **Proizvodni asortiman**
44. **Brend**
45. **Pakovanje i etiketiranje proizvoda**
46. **Prodajne usluge**
47. **Stil i moda**
48. **Kvalitet proizvoda kao njegovo obilježje**
49. **Dizajn proizvoda**
50. **Životni ciklus proizvoda**
51. **BCG matrica**
52. **Pojam i uloga novog proizvoda**
53. **Proces razvoja i lansiranja novog proizvoda**
54. **Cijena kao instrument marketing MIX-a**
55. **Determinante cijene**
56. **Prilagođavanje cijena**
57. **Postupci formiranja cijena novih proizvoda**
58. **Struktura kanala marketinga**
59. **Vertikalni i horizontalni kanali marketinga**
60. **Intezitet i faktori izbora kanala marketinga**
61. **Trgovina na veliko**
62. **Trgovina na malo**
63. **Elektronska trgovina**
64. **Marketing logistika**
65. **Direktni marketing**
66. **Promocija kao instrument marketing MIX-a**
67. **Promocioni MIX**
68. **Planiranje promocije**
69. **Privredna propaganda**
70. **Unapređenje prodaje**
71. **Lična prodaja kao oblik promocije**
72. **Odnosi s javnošću**
73. **Promocija političkih događaja**
74. **Marketing u malim i srednjim preduzećima**
75. **Marketing u sportu**
76. **Marketing u zdravstvu**
77. **Marketing u muzici**