
Osnove marketinga

Studije menadžmenta, ljetnji semestar 2019/20 godine

Peti zadatak za aktivnost

Drage kolege,

kako situacija nalaže, i dalje aktivnosti na času mijenjamo aktivnostima koje možete da uradite kod kuće i sa ovim zadatkom završavamo ovaj set aktivnosti koji vam je donio maksimalno 10 poena (i ovaj zadatak nosi 2 poena, kao i svi do sada).

Iako se o digitalnoj transformaciji društva priča već dugo, ne možemo se pohvaliti time koliki je procenat naših kompanija i potrošača koristio prednosti digitalnih tehnologija do prije mjesec dana. Ipak, novi koronavirus nas je primorao da se prilagodimo i da sve ono što smo tradicionalno radili offline preselimo u online okruženje. Ovih nedjelja učimo i slušamo predavanja kod kuće, trgujemo iz kuće, radimo od kuće, treniramo kod kuće itd.

Zadatak za vas je da u par rečenica obrazložite kako su naše kompanije prilagodile instrumente marketing miksa novonastalim uslovima poslovanja (da li vidite neke promjene kod proizvoda/usluga, da li su se mijenjale cijene, kako se proizvodi distribuiraju potrošačima, gdje se mogu kupiti i kako kompanije komuniciraju sa svojim ciljnim javnostima) i sa druge strane kako smo se mi kao potrošači prilagodili tome. Koje lekcije ćemo naučiti iz ove krize i šta će se u poslovanju kompanija i ponašanju potrošača trajno promijeniti?

Zadatak šaljete na e mail adresu: osnove.marketinga2020@gmail.com do utorka 28.04. u ponoć.

Budite dobro, čuvajte se, uživajte sa svojim ukućanima i naravno, #OstaniteDoma!

Veliki pozdrav,

Bojana