**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Osnove marketinga

**Studije menadžmenta, ljetnji semestar 2019/20**

**Drugi zadatak za aktivnost**

Poštovane kolege,

prema planu rada u novonastaloj situaciji, na redu je četvrti zadatak za aktivnost koji treba da uradite do utorka 21.04.2020. godine u ponoć i rešenje pošaljete na mail [vladimirdj@ucg.ac.me](mailto:vladimirdj@ucg.ac.me). Kao i za pretodni zadatak, izradom ovog zadatka možete dobiti do 2 boda.

Drugi dio prezentacije o proizvodu kao instrumentu marketing miksa bio je posvećen razvoju novog proizvoda. Na osnovu toga, potrebno je da izaberete jedan proizvod (model proizvoda) koji se pojavio u poslednjih godinu dana i da nije doživio tržišni uspjeh uz objašnjenje ključnih razloga za takvu komercijalizaciju.

Srdačan pozdrav,

mr Vladimir Đurišić