Tržišno komuniciranje

**ISTRAŽIVAČKI PROJEKAT**

Broj bodova: 30

Broj članova grupe: 5-7

Rad u grupama: online (ukoliko prilike dozvole – kompjuterska sala na fakultetu)

Dužina trajanja: 6 nedjelja realizacija na časovima vježbi; nakon toga prezentacija

**Rok za prijavu grupe:** 25.10.2020.

**Sadržaj prijave (poslati na mail saradnika: n.misnic@gmail.com):**

1. naziv grupe,
2. ime prezime i broj indeksa svih članova grupe,
3. ime i prezime koordinatora grupe koji će komunicirati sa saradnikom u ime grupe
4. ime kompanije koja će biti analizirana

**Raspored aktivnosti po nedjeljama:**

I Analiza komanije (istorija i razvoj, opis djelatnosti i proizvodni/uslužni asortiman)

II Analiza tržišta i konkurencije ( SWOT analiza, PEST analiza, karakteristike tržišta i konkurencije)

III Segmentacija tržišta i targetiranje (određivanje tržišnog segmenta/tržišnih segmenata na kojima kompanija posluje)

IV Analiza promocionog miksa kompanije

V Analiza internet marketing aktivnosti kompanije

VI Predlozi unapređenja marketing strategije i promocionih aktivnosti kompanije

VII Prezentacija ključnih zaključaka projekta

Sve aktivnosti na projektu se obavljaju tokom časova vježbi u komunikaciji i dogovoru sa predmetnim saradnikom. Na početku svakog časa studenti dobiju uputstvo za realizaciju predviđenih aktivnosti na času na bazi pređenog gradiva. Na kraju časa koordinator svake grupe šalje pisanu verziju formiranu kroz grupni rad tokom časa.

Nakon formiranja cjelokupnog rada, svaka grupa radi svoju prezentaciju zaključaka do kojih se tokom realizacije došlo i prezentuje na času. Ukupan broj bodova tokom realizacije grupnog rada predstavlja zbir pisanih djelova i prezenatacije. Broj bodova koji dobijaju članovi iste grupe po pravilu je jednak za sve članove, ali ne mora da bude.