**Tržišno komuniciranje**

**Grupni rad**

Studenti sami biraju kompaniju u kojoj žele da urade analizu tržišnog segmenta i promocioni miks na bazi gradiva rađenog na časovima. **Nije neophodno** prijavljivanje grupa slanjem maila, dovoljno je da 2 ili 3 studenata formira grupu (za studente u Bijelom Polju – 2).

**Struktura seminarskog rada:**

**Uvod**

1. **Prezentacija kompanije** - opis proizvoda i usluga, tržišta, biznis model kompanije ili proizvoda
2. **Segmentacija tržišta** na bazi potreba kompanije

Označite koji od načina segmentacija tržišta su odgovrajući za izabranu kompaniju/proizvod/uslugu

Probajte da što detaljnije objasnite koju kategoriju kupaca opslužuje vaša kompanija na osnovu kriterijuma geografske, demografske i biheviorističke segmentacije

1. **Promocioni miks**

Objasnite šta i u kojoj mjeri vaša kompanija koristi od elemenata promocionog miksa

Ponudite primjere kampanja koje je kompanija sprovodila

Na koji način su sprovođene?

Šta su bili ciljevi kampanje?

Šta biste vi uradili sa pozicije odgovornog za marketing kompanije

**Zaključak**

**Dužina prezentacije:** 10 min (preporuka - do 6-7 slajdova)

Seminarski rad u pisanoj formi sam ne donosi bodove već samo prezentacija seminarskog rada, te ukoliko studenti ne budu prezentovali rad dobiće 0 bodova. Pisana forma rada je preduslov da bi studenti mogli da brane rad, ali će bodovi biti dodjeljivani na osnovu kvaliteta i načina na koji je prezentacija urađena od strane studenata.

Slanje pisane forme seminarskog rada u Word ili PDF formatu na mail n.misnic@gmail.com do 08.12. u za studente u Bijelom Polju, prezentacija 10.12.

Slanje prezentacije u .ppt formatu na mail n.misnic@gmail.com do 18.12. za studente u Podgorici, prezentacije 20.12. i ukoliko bude neophodno 27.12.

**Kreativnost vrlo poželjna!**