**DIPLOMSKE AKADEMSKE STUDIJE**

**PREDMET: MARKETING 1**

**PREDAVAČ: doc. dr Maja Vukadinović**

**SEMINARSKI RAD**

Studenti biraju **jednu od tri** ponuđene teme. Rad treba da ima **5 - 7 kucanih strana** (Word, Times New Roman, 12, prored 1.15). Tekst je moguće ilustrovati s nekoliko fotografija (do 3).

Rad treba da ima uvod, razradu i zaključak. Na kraju rada potrebno je da se navede korišćena literatura i/ili vebografija. Korišćeni izvori mogu biti knjige, novinski tekstovi, tekstovi sa sajtova…

Potrebno je da studenti iznesu i argumentuju svoje stavove vezane za temu. Posebno će se vrednovati argumentovan lični stav, koji bi citati iz literature trebalo da podrže.

**TEME**

1. **ANALIZA BRENDA**

Studenti treba da analiziraju jedan brend (domaći ili strani) iz bilo koje oblasti. Zašto je konkretan brend uspešan ili neuspešan? Kako je stvaran odabrani brend? Šta taj brend čini posebnim za potrošače i kome je namenjen? Kako dizajn odabranog brenda doprinosi marketingu? Stavite se u ulogu brend menadžera i zamislite kako bi se konkretan brend mogao unaprediti korišćenjem marketinških sredstava...

Ova pitanja su navedena kao inspiracija i nije obavezno da odgovorite na bilo koje od njih.

1. **MARKETING MIKS BRENDA**

Studenti ove treba da analiziraju osnovne elemente marketing miksa (proizvod, cena, mesto prodaje/distribucija, promocija) jednog brenda (domaćeg ili stranog). Kako su uklopljeni svi elementi marketing miksa, da li su u saglasnosti? Kome je brend namenjen, da li je tržište dobro segmentirano? Gde i kako se prodaje? Kakva je cena i da li je u skladu s identitetom brenda? Da li su mesta prodaje odgovarajuća? Kakvo je pakovanje, boje, dizajn? Kako biste unapredili jedan ili više elemenata marketing miksa?

Ova pitanja su takođe okvirna, a najmanje prostora je potrebno posvetiti promociji koja je deo kurikuluma predmeta Marketing 2.

1. **IDEALAN BREND**

Šta bi po Vašem mišljenju predstavljao “idealan” brend – brend iz vaše mašte? Iz koje bi oblasti bio? Kako bi izgledao (dizajn)? Kojoj ciljnoj grupi ili grupama bi bio namenjen i zašto? Gde bi se prodavao? Kako biste ga pozicionirali na tržištu? Kako biste gradili odnose s potrošačima? Kom postojećem brendu bi bio najsličniji vaš “idealan” brend?

**Literatura:** Osim literature za ispit, kao pomoć pri pisanju, možete koristiti sledeće tekstove.

**Korisni tekstovi:**

<http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2013/11/12/the-top-7-characteristics-of-successful-brands/>

<http://www.entrepreneur.com/article/247883>

<http://www.cbsnews.com/news/five-great-product-positioning-success-stories/>

<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/34238/The-Marketer-s-Guide-to-Developing-a-Strong-Brand-Identity.aspx>

Naravno, poželjno je da koristite i druge izvore po sopstvenom izboru.

**Rok za predaju seminarskog rada:** utorak 8. 1. 2019.

**Rad se šalje na mejl:** majavukadinovic@gmail.com

**Broj poena: do 30**