

SEMINARSKI RAD IZ PREDMETA MARKETING ISTRAŽIVANJA

TEMA: Uticaj medija na ponašanje potrošača na tržištu

<http://www.maturskiradovi.net/>

Sadržaj

Istorija reklame..... 3

Pet “M” propaganda..... **Error! Bookmark not defined.**

Internet tržište..... **Error! Bookmark not defined.**

Zaključak..... **Error! Bookmark not defined.**

Literatura **Error! Bookmark not defined.**

Istorija reklame

Reklama (od fr. *réclame*, odnosno lat. *reclamo* - javno oglašavati) je vrsta komunikacije kojom sponzor reklame pokušava da ubedi publiku u korisnost određenog postupka, obično kupovine proizvoda ili usluge. Da bi postigao ovaj cilj autor reklame se služi svesnim ili podsvesnim porukama, odnosno kombinacijom informacije i emocije u reklamnoj poruci. Reklamiranje se smatra delom komunikacijskog sistema marketinga. Moderno reklamiranje se razvilo sa masovnom proizvodnjom krajem 19. i početkom 20. veka.

Oglašavači se najčešće trude da povećaju interesovanje za reklamirani proizvod njegovim brendiranjem. Slika ili ime proizvoda se ponavlja, zajedno sa njegovim poželjnim osobinama, tako da se u svesti potrošača ustali veza između robne marke i pomenutih osobina.

Jedna od najvažnijih karakteristika reklame je način na koji ona stiže do potrošača reklamiranog proizvoda ili usluge. U ovu svrhu se koriste: televizija, radio, novine, časopisi, video igre, internet, bilbordi, poštanske pošiljke, distribucija letaka i drugi načini.

Televizijske reklame. Televizija se smatra generalno najmoćnijim propagadnim medijem<I ona dopire do velikog spectra potrošača. Televizijsko oglašavanje ima niz prednosti, ali I mana. Od prednosti treba izdvojiti: živopisnu demonstraciju atributa proizvoda, ubedljivu demonstraciju za šta je proizvod odnosno usluga namenjen, prikazivanje karaktera brenda I ostalih neopipljivih osobina brenda. Negativne strane televizijskog oglašavanja su: poruke su prolazne, neki elementi mogu da odvuku pažnju od konkretne namene, I stalno ponavljanje reklama može da dovede do zasićenosti kod potrošača.

Štampane reklame. Ova vrsta medija sama sebi određuje svoj ritam, a mogu I detaljnije da predstavljaju proizvod (uslugu). Nedostatci I prednosti su razne. Prednosti ima mnogo: lokalne novine veoma su prostranjene I veoma redovnije. Časopisi su ubedljiviji, ali je čekanje na reklamu daleko duže.

Radio reklame. Radio je sveprisutan: čak 96% Amerikanaca svakodnevno sluša radio i to 20 sati nedeljno. Prednost ovog reklamiranja je veoma jeftino a efikasno. Lokalnog ili nacionalnog karaktera su, ali nedostatak im je da se često mogu ignorisati.

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

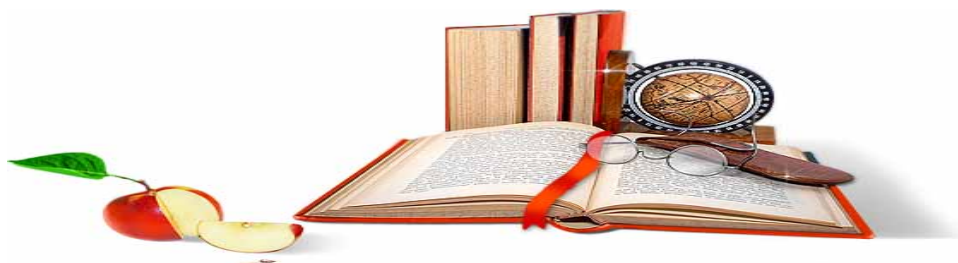
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com

