

Lënda Inovacion

30 .03 2020

Arsimtar:Gjylten Suma

Njësia mësimore:Teknikat promovuese

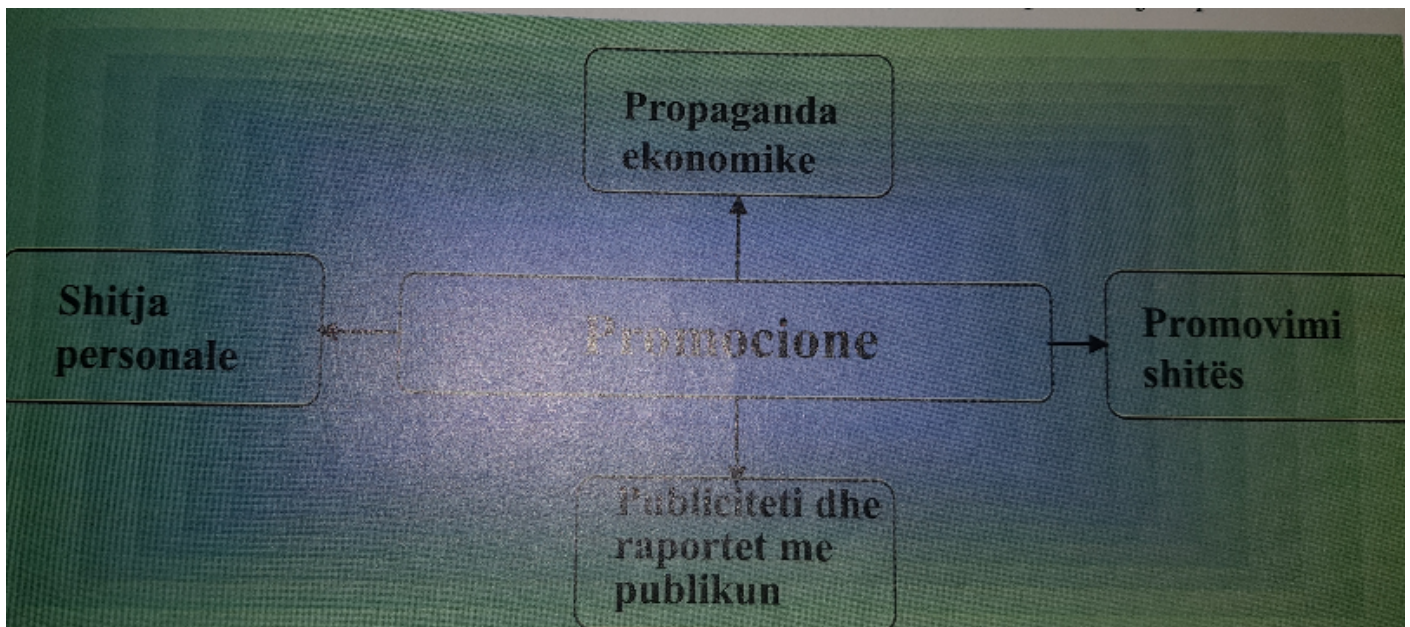
Promovimi paraqet komunikim masiv i cili është orientuar drejt rrethit më të gjërë të konsumatorëve.Promovimi është një nga instrumentet e marketing përzierjes.

Qëllimet e promovimit kanë të bëjnë me :

- 1.Njohjen me prodhimin
- 2.përkujtimin e prodhimit
- 3.Nxitjen e blerësve
- 4.Testimin e reagimeve tek blerësit.

Në teorinë e marketingut numërohen format të promovimit:

- 1.Propaganda ekonomike
- 2.Promovimi shitës
- 3.Publiciteti dhe marëdhënia me publikun
- 4.Shitja personale.



Të përshkruhet tabela .

Propaganda ekonomike është orientuar në nxitjen e drejteperdrejt të konsumatorit për blerje të një prodhimi të caktuar.

Promovimi shitës është formë e promovimit që përfshinë aktivitetet të cilat stimulojnëblerjen nga ana e konsumatorëve,ndërsa nuk përfshihen në format tjera.

Marëdhënia me publikun-qëllimi i këtij lloji promocionit është të krijojë pasqyrë për ndërmarrjen.

Shitja personale është lloj i promovimit në të cilin me anë të kontaktit personal të shitësit komunikohet me blerësin në drejtim të blerjes së prodhimit dhe plotsimit të nevojave të konsumatorit.

Detyrë shtëpie:

- 1.Shpjego domethënien e marketingut?
- 2.Çka e përbën përzierja e marketingut?

3.Cili është qëllimi i promovimit në përzierjen e marketingut?