

SADRŽAJ:

Contents

| | |
|--|----|
| 1.UVODNA RAZMATRANJA | 2 |
| 1.1 Predmet i cilj | 2 |
| 1.2 Hipoteza | 3 |
| 2.ULOGA MARKETINGA U STVARANJU POTROŠAČKE VREDNOSTI..... | 3 |
| 2.1 Redosled aktivnosti tradicionalnog procesa..... | 3 |
| 2.2 Redosled stvaranja isporuke vrednosti..... | 4 |
| 3.ODNOS IZMEĐU TEHNOLOGIJE, LJUDSKE JEDINKE, PRIRODE I DRUŠTVA | 6 |
| 3.1 Savremena tehnologija..... | 6 |
| 3.2 Pristupi u procesu upravljanja tehnološkim razvojem | 6 |
| 3.3 Prioritetni ciljevi tehnološkog razvoja..... | 7 |
| 4. MODELI SIMULACIJE..... | 9 |
| 5.MINI PIVARA „KEJ“ | 10 |
| 5.1 Proizvodnja piva | 10 |
| 5.2 Trošak propuštene dobiti..... | 12 |
| 6. PRIKAZ PROBLEMA | 13 |
| 6.1 Rešenje ovog modela: | 14 |
| 7.ZAKLJUČAK..... | 38 |
| 8.LITERATURA | 42 |
| Bibliography | 42 |
| 9.POPIS SLIKA I TABLICA | 43 |