

# Sadržaj

1. UVOD.....	4
1.1. Predmet istraživanja.....	4
1.2. Cilj istraživanja.....	4
1.3. Radna hipoteza.....	5
1.4. Metodologija istraživanja.....	5
1.4.1. Strategija istraživanja.....	5
1.4.2. Metode istraživanja.....	6
1.4.3. Prikupljanje podataka.....	6
1.5. Struktura rada.....	7
1.6. Lista stranih riječi i izraza.....	8
2. TEORIJA TRŽIŠTA I PRODAJE.....	10
2.1. Tržište.....	10
2.1.1. Pojam tržišta.....	10
2.1.2. Nastup na tržištu.....	12
2.2. Životni ciklus proizvoda.....	14
2.2.1. Uvodna faza.....	15
2.2.2. Faza rasta.....	16
2.2.3. Faza sazrijevanja.....	17
2.2.4. Faza stagniranja.....	17
2.3. Prodaja.....	19
2.4. Kupac.....	23
2.5. Marketing.....	26
2.5.1. Marketing miks.....	30
2.5.1.1. Oglašavanje.....	33
2.5.1.2. Odnosi s javnošću.....	34
2.5.1.3. Lična prodaja.....	34
2.5.1.4. Unapređenje prodaje.....	35

2.5.2. Oglašavanje ili Unapređenje prodaje .....	38
3. UNAPREĐENJE PRODAJE U DUVANSKOJ INDUSTRIJI .....	40
4. ISTRAŽIVANJE .....	44
4.1. Upitnik .....	44
4.2. Prikupljeni podaci .....	44
5. ZAKLJUČAK .....	47
LITERATURA .....	48
LISTA ILUSTRACIJA .....	50
PRILOG 1 - UPITNIK .....	51