Marketingová stratégia 09 – Cena :)

Tvorba ceny je rôzna z pohľadu kupujúceho aj predávajúceho a okrem nich má na ňu výrazný vplyv aj štát. Odvíja sa nielen od reakcií zákazníka, ale zahŕňa v sebe výrobné náklady, náklady na distribúciu a marketingovú komunikáciu, zohľadňuje legislatívu a konkurenciu.

Plní tak viaceré z uvedených funkcií: regulačné, rozdeľovacie, alokačné, kriteriálne, informačné, racionalizačné, evidenčné.

Z pohľadu tvorby marketingovej stratégie patrí ku kľúčovým rozhodovacím procesom.[1].

[1] Dagmar Jakubíková, *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania