

ГРАДСКА ОПШТИНА ВОЖДОВАЦ организује,
под покровитељством Факултета за Примењени Менаџмент, Економију и Финансије (МЕФ)
и партнером **-Балкан Фун** Туристичком Агенцијом **креативну радионицу –**
студију случаја са темом:
»ЗНАЊЕМ ДО БУДУЋНОСТИ«

Тема креативне радионице:

Компанија „Х“ настала је 2006 године у виду породичног бизниса. Пословање је започела канцеларијом у Београду, а касније је своје пословање проширила у Новом Саду. Главни домен пословања агенције је увек био на пласирању ефектног интернет маркетинга. Послује на територији Србије и шире у зависности од потреба компаније са којом тренутно послује. На самом почетку имала је тешкоћа да се пласира на тржишту, али прилику да започне сарадњу са једном од водећих компанија максимално је искористила да дође на сам врх. Сада се труди да одржи своју позицију и поспешује своје пословање, упркос конкурентима и иновацијама које се стално дешавају на тржишту. 2014. године агенција је потписала уговор о сарадњи са највећом компанијом за енергетска пића у Србији. Пласирају бренд новог производа **“HEX”** пића. Компанија треба да потпуно осмисли визуелни идентитет, пласира производ на фокусно тржиште и поспешује продају за 25%.

Задаци такмичера:

1. *На који начин би, према вашем мишљењу, компанија могла да унапреди промоцију новог производа путем визуелног идентитета? (осмислите лого и бренд поруку производа нпр. Nike - Just do it)*
2. *На који начин, према вашем мишљењу, агенција треба да настави са маркетиншким активностима? (навести 5 примера уз објашњење)*
3. *На који начин би, према вашем мишљењу, најбоље било да се спроведе истраживање како популација реагује на пропагандни материјал (флајере, брошуре...итд)? Кога би из ваше перспективе поставили за циљну групу којој се обраћаате?*
4. *Који су то иновативни кораци које бисте ви предузели као власници агенције, како бисте се издвојили од осталих конкурената?*
5. *Шта бисте ви, издвојили као снаге и могућности, а шта као претње и слабости ове агенције и како бисте то најбоље искористили?*

