

Sadržaj

Uvod 3

1. Pojam strateškog marketinga 4
2. Menadžment u marketingu 5
3. Strateško planiranje marketinga 8
4. Analiza okruženja 9
5. Analiza konkurencije i utvrđivanje strateških okvira konkurentske prednosti 12
6. Utvrđivanje konkurentske prednosti 15
7. Ciljevi strategije konkurencije 16
8. Analiza kvaliteta i slabosti konkurencije 16
9. Marketing strategije za tržišne lidere, izazivače, sljedbenike tamponere 18
10. Globalizacija tržišta i globalna marketing strategija 19
11. Formulisanje i razvoj globalne marketing strategije 20
- 11.1 Vrste globalnih marketing strategija 22
12. Razvoj globalne strategije 22
13. Zaključak 23
14. Literatura 24

UVOD

Bez adekvatnih informacija o tržištu preduzeće ne može da kreira efikasnu marketing strategiju. Informacije su od kritične važnosti, bilo da preduzeće tek stupa na tržište, šireći svoje operacije, ili namjerava da racionalizuje svoje globalne aktivnosti. Ignorisanje potreba za istraživanjem ili nedovoljno istraživanje, najčešće se završava poslovnim promašajem izraženim u ignorisanju proizvoda od strane kupaca ili u povlačenju sa tržišta pod uticajem jake konkurencije.

Pogrešno usmjereno istraživanje tržišta vodi ka nepreciznoj identifikaciji ciljnih grupa, a kasnije i slabe prodaje. Pored toga, pri definisanju predmeta istraživanja tržišta, ne smiju se potcjenjivati razlike na tržištu i razlike među kulturama.

1. POJAM STRATEŠKOG MARKETINGA

Strateški marketing predstavlja moderan upavljački koncept permanentnog prilagođavanja aktivnosti marketinga i cijelog preduzeća promjenljivoj okolini.

Strateški marketing je proces pomoću koga rukovodioci marketinga formulišu i primjenjuju strategije, a radi dostizanja postavljenih ciljeva u datim uslovima okruženja i samog preduzeća.

Strateški marketing je moderan pristup upravljanju marketingom, pod kojim se podrazumjeva kontinuirani proces prilagođavanja preduzeća promjenljivoj okolini, u kome okolina vrši permanentan uticaj na preduzeće, ali i preduzeće vrši određeni uticaj na okolinu u kojoj egzistira i kojoj se prilagođava.

Strateški marketing se definiše kao aktivan proces određivanja i vođenja marketinških aktivnosti prema marketing ciljevima ili upravljanje marketingom radi prilagođavanja marketinških aktivnosti promjenama nastalim u okruženju.

Strateški marketing je planiran i sveobuhvatan koncept okrenut okruženju, koji se oslanja na kreativan i inovativan pristup u razvijanju i planiranju aktivnosti marketinga, marketing infrastrukture, proizvoda i usluga i marketing kontrole.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com