

OSNOVA MEĐUNARODNOG MARKETINGA

<http://www.maturskiradovi.net/>

OSNOVA MEĐUNARODNOG MARKETINGA

Opredjeljenje i osnovni vidik međunarodnog marketinga

Poduzeća ostvaruju svoje ciljeve sa zamjenom proizvoda (proizvod, usluga) na tržištu i sa ostvarivanjem profita uvjerava normalno obnavljanje reprodukcijskog procesa i sa tim svoj obnoj i svoj razvoj.

Za svako pojavljivanje na tržištu treba se svako poduzeće pripremiti i odgovoriti na slijedeća pitanja:

- Šta proizvodi (koje proizvode ili usluge)
- Za koga proizvodi (ko su naši kupci)
- Koliko i kad proizvodi (dinamika proizvodnje)
- Kako proizvoditi (know how, tehnologija)

Da bi poduzeće bilo uspješno na tuđem tržištu, mora aktivno razvijati međunarodnu tržišnu usmjerenost. Međunarodnu tržišnu usmjerenost možemo opredjeliti s pomoću naslednih faktora:

- Poslovna filozofija (obilježava odnos poduzeća i managementa do tuđih tržišta i konkurencije)
- Poslovni proces (temeljiti mora na analitičkom i kreativnom pristupu, usmjeren mora biti na međunarodnu okolinu)
- Poslovna aktivnost
- Proces (međunarodno tržište je proces, što povezuje sve saradnike poduzeća i sa tim uvjerava skupne ciljeve).

Osnovni zadatak međunarodnih tržnika ili managera je, da osmatraju promjene u međunarodnom poslovnom okolišu i na taj način pozitivno prilagađaju poduzeće međunarodnoj okolini i na naj bolji mogući način izkoriste marketinške prilike.

U većini pokušaja mora poduzeće svoje stalne proizvode izmjeniti ili jim nešto dodati, da se taj proizvod pokaže na tuđem tržištu. Danas je na tuđem tržištu najvažnija cijena, koja se prodaje za potrošače a na drugom mjestu kvaliteta. U većini pokušaja će potrošač izabrati ili tražiti srednji rang kvalitete proizvoda i prilično minimalnu cijenu.

Za sama poduzeća je danas pripremljena globalna marketinška strategija, koja na neki način prikazuje svako poduzeće spremno na tržištu, gdje vlada konkurencija.

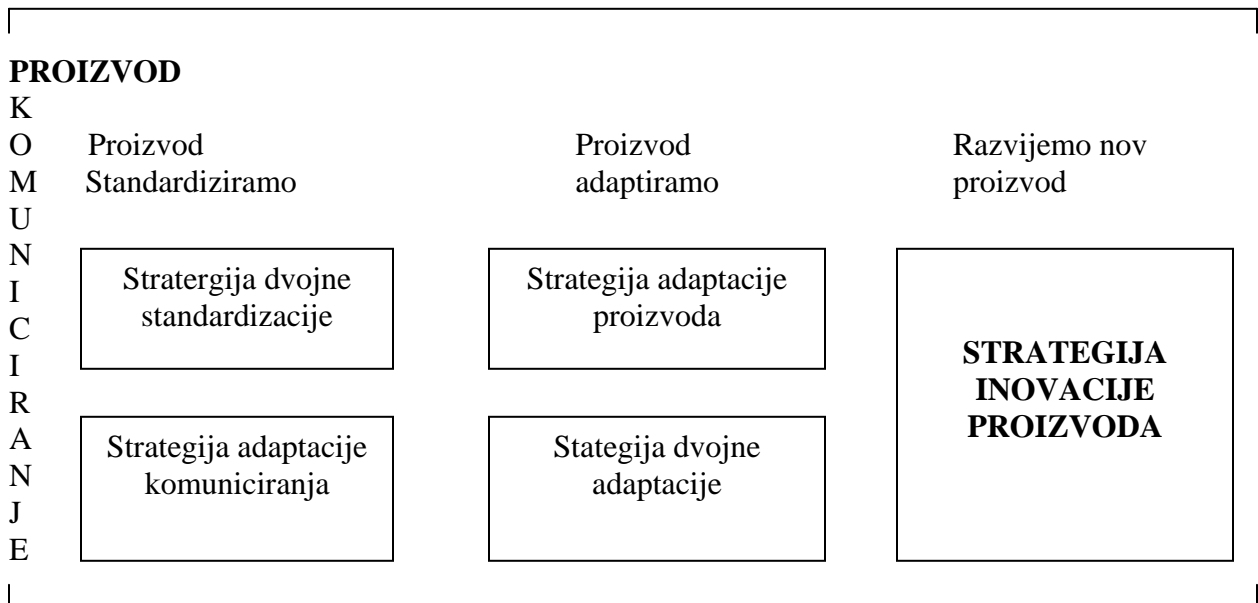
Ime	(Coca Cola, Marlboro, Mercedes, ...)
Proizvod	(Mc Donalds, Toyota, ...)
Pozicioniranje proizvoda	(Harley-Davidson, Gillette, ...)
Oglašavanje	(Philips, Citibank, ...)
Embalaza	(Gillette, ...)
Distribucija	(Benetton, ...)
Usluge za potrošača	(Caterpillar, ...)

Oskrbe/viri

(Toyota, Gap, ...)

Mogli bi nabrojati još više primjera, koji bi nam svi po redu pokazali, da u praksi kod međunarodnog marketinga je spremna globalna marketinška strategija.

Dilema između standardizacije i adaptacije međunarodnog marketinškog spleta je jedna važniji dilema u međunarodnom marketingu. U najvećoj mjeri to važi za oblik proizvoda i komuniciranja na tuđem tržištu. Za to stajalište poznato je pet strateških alternativa:



Pet međunarodnih strategija proizvoda i komuniciranja

Distribucija u međunarodnom marketingu

Svako poduzeće svoj proizvod ili uslugu distribuira na razne načine. Prije svega treba analizirati kanale, po kojima će se proizvodi uvoziti i izvoziti. Poznati je treba:

- Lokaciju (roba mora biti dostavljena čim bliže potrošaču)
- Vrijeme (roba mora biti potrošaču na volju uvijek na njegovo zatraživanje)
- Oblik (distribucijki kanali moraju biti osnovani tako, da uvijek uvjere robu u prikladnom stanju)
- Informacije (konačnom potrošaču moraju reći, koje su glavne funkcije proizvoda i uzpostaviti osnovnu komunikaciju sa potrošačem).

Za distribucijski kanal poznajemo različita prevozna sredstva (kopnene, vodne, vazdušne, elektronske). Za vodna sredstva (brodovi, ...) poznat je INCOTERM (međunarodna trgovinska odredba), koja je bila prvi put objavljena 1953 godine. Oprdjelili su je za prevoz robe po moru. U Incotermu je zahtjev predstavljen u pariteti.

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

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com