

С А Д Р Ж А Ј:

А. МАРКЕТИНГ ПРИНЦИПИ

- 1) Примена и значај
- 2) Маркетинг концепт
- 3) Компоненте маркетиншких активности

Б. ФУНКЦИЈЕ МАРКЕТИНГА

Примена

Пословна функција

Концепт интегрисаног маркетинга

Ц. МАРКЕТИНШКЕ АКТИВНОСТИ

- 1 - УПРАВЉАЊЕ МАРКЕТИНГОМ
- 2 - ФОРМУЛИСАЊЕ СТРАТЕГИЈЕ
- 3 - СТРАТЕГИЈСКИ МАРКЕТИНГ

а) Фаза планирања

б) Фаза имплементације

ц) Фаза контроле

- 4 - МАРКЕТИНГ ОКРУЖЕЊЕ

- 5 - ПРОЦЕС ДОНОШЕЊА МАРКЕТИНШКИХ ОДЛУКА

- 6 - ПОСТУПАК СПРОВОЂЕЊА МАРКЕТИНШКОГ ПОДУХВАТА

А. МАРКЕТИНГ ПРИНЦИПИ

1) Примена и значај

Маркетинг принципи, технике и концепт су примењиви у свим сферама живота и рада. Може се рећи да се маркетинг примењује у производним и непроизводним компанијама, институцијама, у услужним делатностима, болницама, школама и другим васпитним установама, у администрацији, царини, продавницама, на естрада и свим другим областима.

Маркетинг је значајан за привреду и друштво у целини. Он је фактор привредног развоја, доприноси, мењајући приступ, понашање, односе и вредности.

2) Маркетинг концепт

Маркетинг концепт на микрo плану у једној организацији (привредној или ван привредној) треба да обухвати све секторе, све активности које се обављају у тој организацији\* ради задовољења потреба потрошача или клијената. Ако су све те активности и међусобно координиране онда је посао успешно обављен. За предузећа то значи да је остварен профит што и јесте циљ сваког предузећа.

Маркетинг концепт организације пословања указује да предузећа најбоље, највише остварују своје циљеве (а то значи да повећавају профит, продају, шире тржиште) ако задовоље жеље и потребе потрошача. Они ће производити оно што желе купци, а истовремено ће остварити профит. Значи обострана корист.

Задовољити потребе, интересе и жеље потрошача, водећи при томе рачуна о њиховој куповној моћи.

Значи, знамо шта је у фокусу маркетинг концепта организације. Потрошач је алфа и омега свих маркетиншких активности.

3) Компоненте маркетиншких активности

- Прва компонента маркетиншких активности је потрошач.

- Друга важна компонента је интеграција маркетинга са осталим функцијама предузећа. То значи да ће ту оријентацију заједнички прихватити и координирати сви организациони делови предузећа\*. Када се то обезбеди предузеће успешно остварује своју позицију на тржишту а то је

- Трећа компонента овог концепта дугорочна рентабилност.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**