

1 Definisanje marketinga

1.1 Veliki broj definicija u literaturi

Postoji veoma veliki broj definicija marketinga. Nijedna od njih nije jedinstveno prihvaćena.. Jedni misle da je marketing poslovna aktivnost, drugi pak kažu da je to fenomen trgovine, način mišljenja, proces razmjenjivanja ili transfera vlasništva proizvoda, i mnoge druge stvari.

Pored ovih navedenih definicija postoji veoma veliki broj drugih.

1.2 Marketing i termini koji se koriste kao sinonim

Postoji veliki broj termina koji se koriste kao sinonimi za marketing. Zbog toga je neophodno razgraničiti marketing od tih termina. Organizacija za marketing iz SAD je uočila da se termin distribucija koristi kao sinonim za marketing. Kod nas se mjesto distribucije sve više koristi termin promet. Distribucija ima za zadatak da adekvatno podmiri tržište doturanjem robe i usluga potrošačima odnosno kupcima.

Dokora se i termin merčendajzing (merchandizing) koristio u literaturi kao sinonim za marketing. Ovaj pojam je veoma teško sa jednom riječju prevesti na naš jezik. Prema američkom udruženju za marketing, to je aktivnost »planiranja uključenog u marketing prave robe ili usluga na pravo mjesto, u pravo vrijeme, u pravoj količini i po pravoj cijeni«.

Postoje i mnogi drugi termini koji se koriste kao sinonimi za marketing.

1.3. Marketing je pojam koji ima više značenja

Marketing je pojam koji ima više značenja. Osnovni su: a) ekonomski proces; b) poslovna funkcija; c) poslovna koncepcija i d) naučna oblast.

Marketing je ekonomski proces koji povezuje proizvodnju i potrošnju, omogućavajući da proizvodi i usluge idu potrošačima, a informacije o potrebama potrošača proizvođačima.

Marketing je poslovna funkcija koja obuhvata, sve aktivnosti koje su neophodne da se identifikuje i zadovolji tražnja – da se usmjeri tok proizvoda i usluga od proizvođača do potrošača odnosno korisnika njegovih proizvoda i usluga.

Marketing je poslovna koncepcija ili stav preduzeća prema svojoj ulozi u privredi i društvu i znači usmjerenostka zadovoljavanju identifikovanih potreba građana kao potrošača, privrede i društva u odredjenim upotrebnim vrijednostima (proizvodima i uslugama) uz ostvarenje dohotke.

Marketing je takodje i naučna disciplina.

2. Razvoj marketing misli

Razvoj marketing misli imao je evolutivni karakter. Proces evolutivnog razvoja odigrao se u ovom vijeku, medjutim najznačajniji korak u razvoju marketing misli učinjen je u drugoj polovini ovog vijeka (od 50-ih godina).

Evolucijom marketinga najviše se bavio Bartels⁵. On se tim bavio u svoje dvije knjige. Period od 1900. do 1900.godine on je podijelio na šest dekada, s tim što svaka predstavlja etapu razvoja marketing misli.

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

www.maturskiradovi.net

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