

S E M I N A R S K I R A D :
PLANIRANJE MARKETINGA

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

1 Definisane 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.

Dobar broj autora pravi razliku između makro i mikro shvatanja marketinga. Prema jednom makro shvatanju »marketing se bavi stvaranjem efikasnog (u smislu korišćenja izvora) i fer (u smislu distribucije proizvoda) sistema koji usmjerava tokove u privredi roba i usluga od proizvođača do potrošača i ostvaruje ciljeve društva«.2

Neki autori naglašavaju ne samo ekonomski već i društveni karakter marketinga. Tako, Bartels analizirajući prethodno neke od definicija marketinga zaključuje: »Marketing je prije društvena nego ekonomska institucija... Marketing je sredstvo ostvarivanja društvenih ciljeva«.3.

Znatan broj autora definiše marketing kao poslovnu funkciju, poslovnu aktivnost ili poslovni proces. Neki autori pri tome naglašavaju i pravni aspekt – transfer vlasništva: »Marketing je poslovni proces u kome je proizvod usaglašen sa tržištem i putem koga se obavlja transfer vlasništva«.4.

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 određenim 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, međutim 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 190.godine on je podijelio na šest dekada, s tim što svaka predstavlja etapu razvoja marketing misli.

1900 – 1910 je period otkrića odnosno period ispitivanja prema drugoj knjizi pomenutog autora. Ideja marketinga se javila i ime je bilo dato. Marketing očinje da se javlja kao nastavni predmet u nekim poslovnim školama. Jedan broj radova o nekim marketing problemima se poblikuje.

1910-1920 je period istraživanja prema drugoj knjizi. U ovom periodu publikuju se radovi koji analiziraju činjenice, ustanovljavaju koncepcije i razvijaju fundamentalna objašnjenja fenomena marketinga.

1920-1930 je period integracije odnosno konsolidacije. U ovom periodu pojavila se i prva knjiga pod naslovom “Prinipi marketinga” od Klarka (Clark) 1921 godine Klark je u svojoj knjizi uglavnom obradivao uslogu marketinga sa društvenog stanovišta.

1930-1940 je period razvoja odnosno potvrđivanja. U ovom periodu se razvijaju posebne specijalizovane oblasti marketinga i novi pristupi marketingu. Takodje u ovom periodu pišu se novi udžbenii a stari modifikuju se dopunjuju.

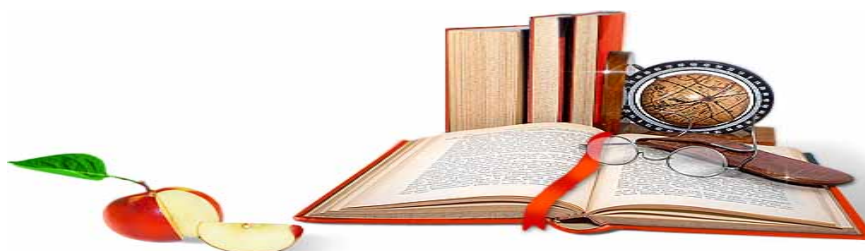
1940-1950 u ovom periodu tradicionalna objašnjenja maketinga i pristupu se preispituju i dalje razvijaju. Počinju rasprave o marketing teoriji. Marketing problemi od šireg društvenog značaja se javljaju i za njih traće rešenja.

1950-1960 u ovom periodu tradicionalni pristupi marketingu se zamjenjuju sa povećanim akcentom na odlučivanju, sociološkim aspektima marketinga i kvantitativnoj analizi. Nastoji se da se raspoložive koncepcije integrišu u teoriju marketinga.

Ovo su bili periodi razvoja marketinga koj eje obuhvatio Bartels u svoje dvije knjige.

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
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