

# **IZVOZNI MARKETING MENADŽMENT**

## **Seminarski rad iz Izvoznog marketing menadžmenta**

## UVOD

Marketing je proces sticanja kupaca za naše proizvode i usluge, u dovoljnom broju i dovoljno brzo da naše preduzeće postane profitabilno i uspješno. Dobar marketing traži stručno i dosljedno izvršavanje mnogih malih zadataka. Uspješan marketing, osim toga, traži da imamo dobre proizvode i usluge, te da svoje sadašnje i potencijalne kupce poznajemo bolje od konkurenčije. Kada dobro upoznamo svoje proizvode i usluge, sadašnje i potencijalne kupce, zatim svoju konkurenčiju, možemo izraditi strategije kojima ćemo postići sve svoje prodajne i ostale marketing ciljeve. Ako želimo uspjeti, moramo biti i radnici i mislioci, a ne samo jedno od toga. Imajući u vidu karakteristike marketing sistema, može se konstatovati da on ima složenu strukturu. Ta struktura u odnosu na druge sisteme relativno je stabilna. Sa aspekta funkcionisanja marketinga, kao otvorenog sistema, marketing sistem predstavlja cjelinu u kojoj je moguće identifikovati inpute, proces transformacije i outpute.

Marketing počinje sa istraživanjem. Bez istraživanja preduzeće bi ušlo na tržište poput slijepca. Postoji mnogo definicija marketinga – skoro onoliko koliko i onih koji se njim bave. Jedna od njih je i da je:

- Marketing veza između potrošača i proizvođača.<sup>1</sup>

Marketing je jednako važan i za male i velike firme: on predstavlja mudrog operativca na licu mesta koji je u stanju da na najbolji nacin iskoristi međuprostore i mogućnosti. Veći dio marketinga je zasnovan na zdravom razumu, međutim, nekad je neophodno da se ti principi izlože kako bi se shvatilo ono što mnogi od nas nesvesno već godinama sprovode u praksi. To znači da identifikujemo tržište, ne pokušavajući da prodamo svima, ne težeći da budemo najjeftiniji u gradu, da zadovoljimo potrošače i pronađemo koje su još njihove potrebe, uz profit.

Svaki proces upravljanja u preduzeću, kao i sam marketing proces upravljanja, sastoji se iz četiri bitne faze:

- Analize
- Planiranja
- Organizovanja
- Kontrole.

Proces upravljanja marketingom proističe prije svega iz strateškog plana preduzeća kao cjeline. Marketig menadžeri planiraju na bazi globalnih ciljeva koji su definisani u strateškim planovima preduzeća. To je njima osnovna orijentacija, ali oni imaju i slobodu da odaberu najbolju marketing strategiju, sačine detaljne planove i programe, te organizuju i kontrolišu sve potrebne aktivnosti.

Osnovni zadatak marketing menadžera je kontinuirano traženje šansi na tržištu, ali ne samo na sadašnjem tržištu, nego i budućem, s obzirom na izmjene u okruženju. Na osnovu ocjene šansi na tržištu, marketing menadžeri planiraju strategiju.

---

<sup>1</sup>Dave Patten, Successful Marketing for the Small Business, Kogan Page Limited, 1985

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST**

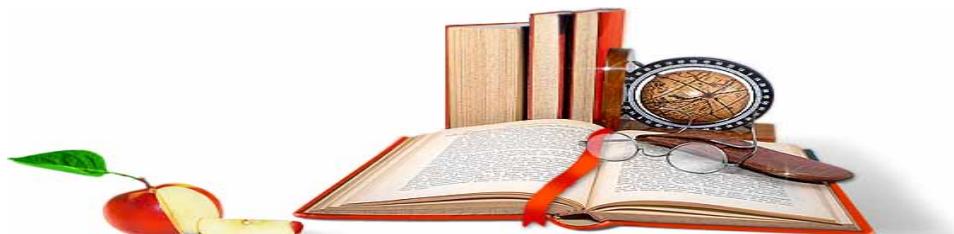
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

**WWW.SEMINARKIRAD.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**