

## UVOD

Mnogi ljudi svakodnevno ucestvuju u razlicitim marketinskim aktivnostima. Gledanjem televizije, uocavanjem marki proizvoda i zastitnih znakova firmi, takodje oni posecuju trzne centre, pregledaju izloge prodavnica, uporedjuju cene, procenjuju, kupuju proizvode.... Radeci sve to oni igraju znacajnu ulogu u sistemu marketinga.

Ljudi znaju nesto o marketingu, ali cesto mnogi nisu u stanju da jasno definisu pravo mesto i ulogu marketinga u drustvu, takodje ne znaju da definisu kako bi trebalo upravljati marketing aktivnostima u odredjenoj oblasti poslovanja kao npr. u oblasti distribucije.

Uloga marketinga u modernom bzinisu nije ista kao i pre 20 godina. Danas nema obmana, prevara od strane menadzera, danas je glavna svrha marketinga kreiranje vrednosti za musterije, a ne da se trikovima dodje do jednokratnog profita. Zapravo tezi se dugorocnoj satisfakciji.

Svako uspesno preduzece tezi da uz pomoc marketinga kreira, pridobije i zadrzi musterije, a da pri tome ostvari odredjeni profit ili druge ciljeve.

Dakle svako preduzece mora da formira efikasnu i efektivnu strategiju, misiju, viziju, da postavi ciljeve, da iskoristi sredstva i resurse uz sto manje troskove, da istrazi trziste i suzbije konkurenciju kako bi opstalo i kako bi ostvarilo odredjeni profit.

## MARKETING ISTRAZIVANJE

Marketing istraživanja su prvi korak u praktičnoj primeni marketinga u banci. Smatra se da su tri ključne tačke centralne za teoriju i praksu marketinga:

- ✚ oblik tržišta se konstantno menja pod uticajem socijalnih, ekonomskih, tehnoloških i politicko-pravnih faktora,
- ✚ proizvodi i usluge su uspesni kada proizvode da zadovoljavaju potrebe koje nisu zadovoljene, koje su nekompletne ili nedovoljno razvijene i
- ✚ marketing menadžment uključuje planiranje, analiziranje i monitoring marketing programa. <sup>1</sup>

Ove ključne tačke nameću veliki broj pitanja kao na primer:

- ✚ kako da se obezbedi razumevanje tržišta koje se stalno menja?
- ✚ kako da se saznaju latentne potrebe kojih potrošači još uvek nisu svesni?
- ✚ gde menadžment tim može dobiti informacije na kojima će bazirati svoje planiranje i na osnovu kojih će evaluirati rezultate svojih napora?
- ✚ kako da se odredi koje potrošačke potrebe nisu ili su samo parcijalno zadovoljene?

Odgovor na ova pitanja je **marketing istraživanje**.

Istraživanje marketinga je najčešće reaktivno. Ono reaguje na određeni problem ili mogućnost. Marketing istraživanje je orijentisano na konkretni problem ili projekat. Zapravo

---

<sup>1</sup> Bankarski marketing praktikum

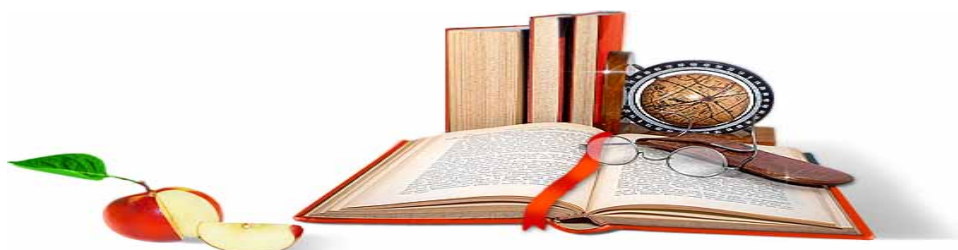
---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[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](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://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](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)