

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 konkurencije. Kada dobro upoznamo svoje proizvode i usluge, sadašnje i potencijalne kupce, zatim svoju konkurenciju, 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.¹

Marketing je jednako važan i za male i velike firme: on predstavlja mudrog operativca na licu mesta koji je u stanju da na najbolji način 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 nesvjesno 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. Marketing 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.

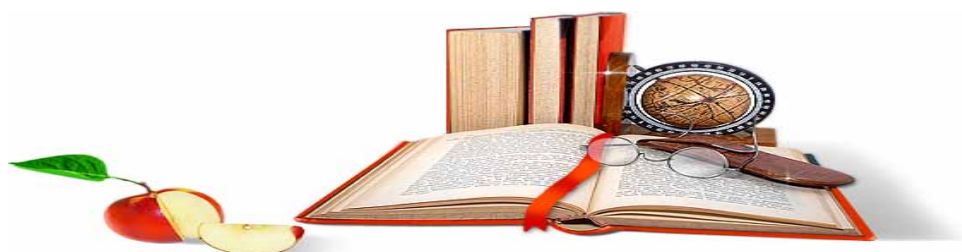
¹Dave Patten, Successful Marketing for the Small Business, Kogan Page Limited, 1985

<http://www.nsz.gov.rs/page/zanezaposlene/sr/novcananaknada.html>

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU 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
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 NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com