

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Značaj makro okruženja za marketinški menadžment usluga ". Rad ima 26 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

## Značaj makro okruženja za marketinški menadžment usluga

### UVOD

Na početku rada potrebno je definisati marketing menadžment. Prema M. Milisavljiću: Upravljanje marketingom je proces kojim se pokreću i usmeravaju marketing aktivnosti, u cilju zadovoljenja potreba građana kao potrošača, privrede i društva za proizvodima i uslugama uz ostvarenje dobiti. To je kontinualan proces koji se sastoji iz 3 faze:

Planiranje

Organizovanje

Kontrola

Prema F. Kotler upravljanje marketingom je upravljanje tražnjom. U svom životnom ciklusu preduzeće se susreće sa sledećim stanjima tražnje: negativna tražnja, nema tražnje, latentna tražnja, tražnja u padu, neujednačena tražnja, puna tražnja, prekomerna tražnja, štetna tražnja.

Negativna tražnja – proizvod je lansiran na tržište, ali ga većina kupaca ne prihvata, odustaje ili odlaže kupovinu. Potrebno je izvršiti istraživanje i utvrditi i analizirati uzroke negativnog ponašanja. Posle se koriste direktan rad, prezentacija i demonstracija upotrebe proizvoda, efikasnija promocija, eventualno sniženje cena.

Nema tražnje – kupci su nezainteresovani i indiferentni iako nemaju poseban razlog. Od marketinga se očekuje da ostvari direktan kontakt sa kupcima i da ličnom komunikacijom stanje pasivnog odnosa promeni u aktivnu tražnju.

## 1. MARKETING KONCEPCIJA KAO OSNOVA SAVREMENOG POSLOVANJA

Koncepcija marketinga nije nastala iznenada niti je u korenima imala oblike i forme koje ona ima danas. Nastala je, razvijala se i menjala u skladu sa razvojem proizvodnih snaga. Proces razvoja marketinga diktirali su odnosi, ponude i potražnje, konkurencija, sve teži uslovi prodaje i intenzivnije promene u okruženju.

Faze u razvoju poslovne koncepcije marketinga

Postoji pet koncepcija na temelju kojih organizacije sprovode svoje marketinške aktivnosti. Faze u razvoju poslovne koncepcije su:

Koncept proizvodnje - proizvodna orijentacija

Koncept proizvoda - orijentacija na proizvod

Koncept prodaje - prodajno komercijalna orijentacija

Koncept marketinga - marketing orijentacija

Koncept društvenog marketinga

Koncept proizvodnje - proizvodna orijentacija

Koncept proizvodnje pretpostavlja da će potrošači više kupovati proizvode koji su dostupni, kojih ima u dovoljnoj količini i imaju pristupačne cene. Proizvodna orijentacija karakteristična je za period proizvodnje koji ima lokalni i regionalni karakter. Osnovni problemi su bili: kako proizvesti, obezbediti resurse proizvodnje i izvore energije. Proizvodna orijentacija je primenjiva na dve situacije: prva kada je tražnja veća od ponude, a druga je stanje jake konkurencije na masovnom tržištu - kao rezultat dobija se sniženje cena.

Orijentacija na proizvodnju i danas je kod nas prisutna i to u oblasti: zdravstva, školstva, bankarstva, PTT usluga.

Primer proizvodne orijentacije je Ford motor kompani (Ford Motor Company). Henri Ford je celu filozofiju sveo na usavršavanje proizvodnje modela T kako bi se smanjila njegova cena da bi više ljudi moglo da ga kupi. Šalio se da će ponuditi automobil bilo koje boje – samo da je crn. U početku kompanija je osvojila veliko učešće na tržištu međutim posle nekog vremena Fordova strategija je propala. Iako su automobili bili jeftini, kupcima nisu bili privlačni – u želji da snizi cene kompanija je izgubila iz vida želje kupaca.

...

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)