

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Planiranje marketing aktivnosti". Rad ima 42 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.

## UVOD

Marketing se može definisati kao proces povezivanja preduzeća sa njegovom sredinom u kojoj se obavlja proces razmjene u savremenoj privredi. Ovim radom pokušava se objasniti proces planiranja marketing aktivnosti, ukazati na proces, sadržinu i karakter planiranja, kao i značaj koji zauzima u marketing aktivnostima, a za koji će se koristiti primjer investicionog fonda „Aktiva Integra“.

Planiranje je primarna faza menadžment procesa. Predstavlja proces postavljanja ciljeva i određivanja alternativnog toka akcija kako bi se oni postigli. Definiše se i kao proces donošenja upravljačkih odluka. Odluke koje se donose su ciljevi, politike, planovi, programi, projekti, strategije itd.

Osnovni razlog za donošenje planova je nedostatak resursa. Planiranje je metod, osnovna vještina u preduzeću koja pomaže da se prevaziđu problemi, kada treba mnogo da se uradi a raspolaže se sa malo sredstava. Glavno oruđe u rukama planera su tehnike pomoću kojih se određuju prioriteti, donose odluke, postavljaju ciljevi i kontrolišu. Sve se to radi zbog efikasnog korišćenja ograničenih sredstava.

Potreba za planiranjem postoji na svim nivoima organizacione strukture a izraženija je na većim nivoima zbog većeg uticaja na uspjeh poslovanja. Planiranje uključuje i definisanje vizije i misije kao dugoročne vodilje u poslovanju preduzeća.

Plan, kao rezultat planiranja ne može se donijeti izolovano od ostalih oblasti poslovanja. Iz toga proizilazi da planiranje kao proces sadrži niz akcija koje se trebaju preduzeti. Menadžer prilikom planiranja aktivnosti mora imati uvid u trenutnu poziciju preduzeća, posebno treba izvršiti analizu okruženja sobzirom da iz turbulentne sredine proizilaze velike mogućnosti ali i opasnosti za preduzeće.

Kada je preduzeće svjesno svoje pozicije identifikovao je mogućnosti i opasnosti iz okruženja, postavio ciljeve u skladu sa svojim potrebama i raspoloživim resursima pristupa se definisanju strategije da bi se preduzeće dovelo u željenu buduću poziciju.

Aktiva integra je investicioni fond je osnovan u aprilu 2007 godine. Poslovanje fonda se zasniva na prikupljanju kapitala i njegovom plasiranju na domaćem i stranom tržištu u vidu hartija od vrijednosti kao i ostalih oblika imovine u skladu sa Zakonom o investicionim fondovima. Fond je zatvorenog tipa tj. njegovim akcijama se trguje na berzi odnosno sekundarnom tržištu.

## 1. POJAM I ULOGA PLANIRANJA MARKETING AKTIVNOSTI

Planiranje marketing aktivnosti je faza procesa upravljanja marketingom u kojoj se donose odluke o ciljevima, politikama, strategijama, programima i planovima marketing aktivnosti organizacije, kojima se usmjerava ukupna marketing aktivnost . Smisao planiranja marketing aktivnosti je da organizacija donese odluku kako će koristiti svoje ograničene tehnološke, finansijske, ljudske i dr. resurse u budućnosti. Marketing planiranje je dio ukupnog procesa planiranja organizacije i mora biti integrisano u plansku aktivnost čitave organizacije kako bi se zadovoljile potrebe potrošača i ostavili poslovni ciljevi organizacije.

Kako od uspješnog istraživanja i zadovoljenja potreba potrošača zavisi uspjeh i opstanak organizacije neophodan je planski pristup zadovoljenju potreba građana kao potrošača, privrede i društva. Planiranje marketing aktivnosti mora da se zasniva na poznavanju motiva i potreba potrošača ali i osnovnih karakteristika razvoja privrede i društva. Sve organizacije, da bi se prilagodile promjenljivom marketing okruženju moraju vršiti formalno marketing planiranje. Ono je neophodno zbog sledećih koristi:

...

-----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)