

SADRŽAJ

PREDGOVOR	5
I DEO OSNOVE MARKETINGA U FINANSIJAMA	7
I GLAVA DEFINISANJE MARKETINGA U FINANSIJAMA	9
1. Pojam i bitna obeležja	9
2. Marketing koncept	12
3. Neophodnost, svrsishodnost i društvena korisnost	18
4. Marketing menadžment	19
II GLAVA INSTITUCIJE FINANSIJSKE USLUŽNE UNDUSTRIJE	22
1. Poslovne banke kao akcionarska društva	22
2. Ostali institucionalni učesnici na finansijskom tržištu	23
2.1. Pojam i vrste bankarskih poslova	25
3. Ostali institucionalni učesnici na tržištu kapitala	31
3.1. Pojam i vrste poslova	40
3.2. Novi finansijski instrumenti-proizvodi i usluge	45
III GLAVA MONETARNI SISTEM I ULOGA NBS NA TRŽIŠTU FINANSIJSKIH USLUGA	49
1. Marketizacija i uloga NBS	52
2. Regulacija, deregulacija i harmonizacija	53
3. Globalizacija	54
II DEO UNAPREDJENJA NA TRŽIŠTU FINANSIJSKIH USLUGA	57
IV GLAVA FINANSIJSKE INSTITUCIJE I POSLOVNO BANKARSTVO U RAZVIJENIM TRŽIŠNIM PRIVREDAMA	59
1. Velika Britanija	60
2. SAD	60
3. Nemačka	64
4. Japan	64
5. Zemlje u tranziciji	66
V GLAVA INOVACIJE NA TRŽIŠTU FINANSIJSKIH I BANKARSKIH INSTITUCIJA	73
1. Koncentracija bankarske industrije	73
2. Finansijski holdinzi i konglomerati	74
3. Univerzijalizacija, ekspanzija, evolucija	76
VI GLAVA FUZIJE I AKVIZICIJE U SAVREMENOM BANKARSTVU	78
1. Potreba za repozicioniranjem banaka	78
2. Alternativne strukture	79
3. Motivi i razlozi M&A u bankarstvu	81

III DEO UPRAVLJANJE MARKETING PROCESOM -----	85
VII GLAVA PLANIRANJE MARKETINGA U FINANSIJSKIM INSTITUCIJAMA -----	87
1.Proces strategijskog planiranja -----	87
2.Definisanje misije(svrhe) finansijske institucije -----	92
3.Utvrdjivanje ciljeva organizacije-----	94
4.Analiza poslovnog okruženja -----	94
4.1.Ekonomsko okruženje -----	97
4.2.Političko i legislativno -----	103
4.3.Informatička i tehnološko finansijska sredina -----	104
4.4.Konkurentska -----	108
4.5.Mere državne politike -----	110
VIII GLAVA MARKETING STRATEGIJE-----	114
1.Strategija segmentacije -----	118
2.Strategija konkurentnosti -----	127
3.Marketing miks strategije -----	130
IX IMPLEMENTACIJA STRATEGIJE -----	145
1.Sprovođenje marketing programa -----	145
2.Oblikovanje organizacije-----	146
X GLAVA KONTROLA STRATEGIJE -----	148
1.Analiza prodaje -----	152
2.Učešće na tržištu -----	157
3.Revizija marketinga -----	159
XI GLAVA UPRAVLJANJE KVALITETOM -----	161
1.Neophodnost nove poslovne filozofije-banka koja je orijentisana na klijenta -----	161
2.Povezujući marketing(individualizovani) -----	163
3.Kvalitet i postmarketing -----	167
XII GLAVA MEDJUNARODNI MARKETING -----	168
1.Globalni odnosi na međunarodnom tržištu -----	168
2.Alternativne strategije nastupa-----	173
2.1.Kooperativni marketing-----	178
2.2.Partnerski -----	179
2.3.Vezani -----	179
3.Tokovi i tendencije -----	183
LITERATURA-----	185