

SADRŽAJ

PREDGOVOR.....	9
----------------	---

GLAVA I

UVOD U STRATEŠKI MARKETING.....	13
---------------------------------	----

1. DEFINICIJA MARKETINGA.....	14
-------------------------------	----

2. ZAŠTO STUDIRATI MARKETING.....	18
-----------------------------------	----

3. KONCEPCIJA MARKETINGA	20
--------------------------------	----

POSLOVNI SLUČAJEVI	23
--------------------------	----

1.1 Fabrika tjestenina "Sarajka", konceptija poslovanja.....	23
--	----

1.2 Hotel "Grand" se opredjelio za strateški marketing	25
--	----

GLAVA II

UPRAVLJANJE STRATEŠKI MARKETINGOM..	27
-------------------------------------	----

1. ISTRAŽIVANJE.....	29
----------------------	----

2. SEGMENTACIJA, CILJANJE I POZICIONIRANJE	30
---	----

3. MARKETINŠKI MIKS.....	32
--------------------------	----

4. PRIMJENA	34
-------------------	----

5. KONTROLA.....	35
------------------	----

POSLOVNI SLUČAJ	35
-----------------------	----

1.1 Marketing u mikrokreditnoj organizaciji.....	35
--	----

GLAVA III

1. TEORIJSKO - METODOLOŠKA	
ODREĐENOST MARKETING STRATEGIJE ...	40
1.1 Pojam i uloga marketing strategije	41
1.2 Klasifikacija marketing strategije	46
2. KARAKTERISTIKE I KLASIFIKACIJE	
SAVREMENIH TRŽIŠNIH STRUKTURA.....	56
1.1 Tipologija tržišnih struktura.....	57
1.2 Tržišna strategija i tržišna struktura.....	63
POSLOVNI SLUČAJEVI	72
1.1 Oligopoli u njemačkoj privredi.....	72
1.2 Jačanje konkurencije u evropskoj zajednici.....	73

GLAVA IV

STRATEŠKI OBLICI KONKURENCIJE	75
1. ANALIZA STRATEŠKIH OBLIKA	
KONKURENCIJE	76
1.1 Cjenovna konkurencija	77
1.2 Neijenovna konkurencija	81
1.2.1. Proizvod kao faktor konkurentnosti.....	81
1.2.2. Promocija kao faktor konkurencije.....	85
1.2.3. Distribucija kao faktor konkurentnosti	89
1.3 Strateški oblici konkurencije i tržišna struktura.....	94
2. NOVIJE TENDENCIJE NA TRŽIŠTU I	
KONKURENCIJA.....	101
POSLOVNI SLUČAJEVI	114

1.1 Rat cijena između Pepsi Co. Inc. i Coca - Cole	114
1.2 Strateški oblici konkurencije u preduzeću "NMN Gostelja" Kladanj.....	116

GLAVA V

STRATEGIJA DIFERENCIRANJA PROIZVODA I KONKURENTSKA PREDNOST	117
--	------------

1. STRATEGIJA PROIZVODA KAO INSTRUMENTA KONKURENCIJE	118
---	------------

1.1 Savremeni koncept proizvoda	120
1.2 Koncept strategijskog upravljanja proizvodnim asortimanom	130
1.3 Oblici politike proizvoda	147
1.3.1. Inovacija proizvoda	149
1.3.2. Varijacija proizvoda	152
1.3.3. Eliminacija proizvoda.....	154

2. SUŠTINA I ZNAČAJ DIFERENCIRANJA PROIZVODA.....	158
--	------------

1.1 Definicija strategije diferenciranja proizvoda	159
1.2 Postupak diferenciranja proizvoda	164
1.3 Konkurentski značaj strategije diferenciranja proizvod.....	168

POSLOVNI SLUČAJEVI	179
---------------------------------	------------

1.1 Novi proizvod na tržištu	179
1.2 Životni ciklus proizvoda.....	180
1.3 DVD potiskuje video rekordere.....	182

GLAVA VI

SADRŽAJ I METOD_DIFERENCIRANJA PROIZVODA	183
1. DIFERENCIRANJE DIMENZIJA PROIZVODA.....	184
1.1 Diferenciranje suštine proizvoda	187
1.2 Diferenciranje formalnog proizvoda.....	194
1. 2. 1. Diferenciranje proizvoda kvalitetom	197
1.2.2. Diferenciranje proizvoda pakovanjem.....	205
1.2.3. Diferenciranje stila proizvoda.....	209
1.2.4. Diferenciranje marke proizvoda	213
1.2.5. Diferenciranje dizajna proizvoda.....	215
1.3 Diferenciranje produženog proizvoda.....	218
2. DIFERENCIRANJE PROIZVODA INSTRUMENTIMA MARKETING MIKSA.....	223
1.1 Diferenciranje proizvoda i programiranje cijena	224
2.1.1. Životni ciklus proizvoda i politika cijena	225
2.1.2. Politika diferenciranja cijena	232
1.2 Diferenciranje proizvoda i programiranje promocije.....	238
2.2.1. Životni ciklus proizvoda i politika promocije.....	242
2.2.2. Politika promocijskog miksa	246
1.3 Diferenciranje proizvoda i programiranje distribucije.....	251
2.3.1. Diferenciranje proizvoda preko kanala distribucije.....	253
2.3.2. Prostorni aspekt diferenciranja proizvoda	260
POSLOVNI SLUČAJEVI	265
1.1 Diferenciranje proizvoda, dječija odjeća "Todor".....	265

1.2 "Ugarak produkt" postaje lider na tržištu PVC stolarije	266
1.3 Politika distribucije u "Podravka" D.O.O. Sarajevo	268
1.4 Promocija proizvoda "Vitaminka" Banja Luka	270
1.5 Lična prodaja donosi dobit	271

GLAVA VII

PRIVREDE U TRANZICIJI I STRATEGIJA DIFERENCIRANJA PROIZVODA	275
1. MORFOLOGIJA TRŽIŠTA	276
2. DIFERENCIRANJE PROIZVODA	288
POSLOVNI SLUČAJEVI	294
1.1 Demonopolizacija trgovinskog sektora	294
1.2 "Mlijekoprodukt" na izvoznim tržištima.....	295

GLAVA VIII

DIFERENCIRANJE PROIZVODA I ALTERNATIVNE STRATEGIJE KONKURENCIJE	297
1. DIFERENCIRANJE I SEGMENTACIJA.....	298
2. DIFERENCIRANJE I STANDARDIZACIJA....	310
3. FAKTORI SELEKCIJE I KOMBINACIJE STRATEGIJA	317
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA.....	323
LITERATURA	333