

## UVOD

Riječ marketing je anglosaksonskog porijekla, a na naš jezik ne može se adekvatno prevesti. Bukvalan prevod bi bio „stavljanje na tržište“ ili „stvarati tržište“. Ali, termin marketing koristi se u mnogim jezicima širom svijeta i intuitivno je jasno šta se pod tim izrazom podrazumijeva. Konceptija marketinga se razvijala i mijenjala što će se nastaviti i u budućnosti pod uticajem intenzivnog razvoja nauke i tehnologije. Međutim, suština marketinga, kako se danas smatra, sastoji se u rješavanju problema potrošača, odnosno na koji najefikasniji način zadovoljiti identifikovane potrebe mnogo brže i efikasnije od konkurencije. Uspješna preduzeća zadovoljenje potreba kupaca postavljaju kao ključni cilj poslovanja.

Marketing menadžment predstavlja praktičnu primjenu tehnika marketinga. To je analiza, planiranje, sprovođenje i kontrola programa pripremljenih da kreiraju, sgrade i održavaju obostrano korisnu razmjenu sa ciljnim tržištima. Marketing menadžer za dužnost ima da utiče na količinu, vrijeme i sastav potražnje, na način na koji će najviše doprinijeti ciljevima organizacije. Pojam menadžmenta znači: upravljati, voditi, rukovoditi, raspolagati sa nečim. Uključuje i timove (ljudske resurse) koji obavljaju taj upravljački i rukovodni proces kroz: planiranje, organizovanje, vođenje i kontrolu poslova i poslovanja.