

SADRŽAJ

UVOD.....	4
1. TRŽIŠTE KAO POLIGON MARKETINGA.....	5
1.1. Pojam tržišta	5
1.2. Osnovni elementi tržišta	6
1.3. Podjela tržišta.....	7
2. MARKETING.....	11
2.1. Definisanje marketinga	11
2.2. Marketing koncept.....	13
2.3. Razvoj marketinga.....	13
2.4. Upravljanje marketing aktivnostima.....	15
2.5. Marketing kao tržišno usmjerena poslovna koncepcija	17
2.6. Funkcionisanje marketinga	18
2.7. Koncept društvenog marketinga.....	19
3. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA KAO MARKETINŠKA TEHNIKA	20
3.1. Uloga i značaj istraživanja tržišta u marketing sistemu	20
3.2. Važnost marketing istraživanja	21
3.3. Postupci i metode istraživanja	23
3.4. Metode istraživanja tržišta	24
3.5. Proces istraživanja tržišta.....	26
3.6. Definisanje problema i ciljeva istraživanja.....	27
3.6.1. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja	28
3.7. Prikupljanje, analiza i interpretacija podataka i sastavljanje izvještaja	30
3.2. Donošenje odluka u marketingu	30
3.8. Svrha marketing tržišnog istraživanja	31
4. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA ZA POTREBE HOTELIJERSKIH PREDUZEĆA	33
4.1. Uloga odjela marketinga u hotelu.....	33
4.2. Hotel kao cjelovita tržišna koncepcija.....	34
4.3. Tržišta hotelijerskog smještaja.....	34
4.4. Tržišta hotelijerskog ugostiteljstva	35

4.5. Izvori potražnje za hotelom.....	36
4.6 Područja istraživanja za hotelske potrebe	37
ZAKLJUČAK	38
LITERATURA	39