

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1 Problem, predmet i objekti rada..... | 1 |
| 1.2 Znanstvena hipoteza | 1 |
| 1.3 Svrha i ciljevi istraživanja | 1 |
| 1.4 Znanstvene metode..... | 2 |
| 1.5 Struktura rada..... | 2 |
| 2. UPOZNAVANJE SA OSNOVNIM POJMOVIMA | 3 |
| 2.1 Tržište..... | 3 |
| 2.2 Proizvod..... | 6 |
| 2.3 Strategije razvoja proizvoda | 8 |
| 3. INOSTRANO TRŽIŠTE I SPECIFIČNOSTI ISTUPANJA NA ISTO | 11 |
| 4. ŽIVOTNI CIKLUS PROIZVODA | 20 |
| 4.1 Faze životnog ciklusa proizvoda | 21 |
| 4.2 Faza uvođenja..... | 22 |
| 4.3 Faza rasta | 24 |
| 4.4 Faza zrelosti | 27 |
| 4.5 Faza opadanja..... | 30 |
| 5. ZNAČAJ MARKETING STRATEGIJA ZA MEĐUNARODNO POZICIONIRANJE PROIZVODA | 32 |
| ZAKLJUČAK | 36 |