

SADRŽAJ:

1. UVODNA RAZMATRANJA.....	11
2. PREDUZETNIŠTVO	14
2.1. Vrste preduzetništva	17
2.1.1. Individualno preduzetništvo ili preduzetništvo u privatnom sektoru	18
2.1.2. Korporativno preduzetništvo	19
2.1.3. Socijalno preduzetništvo	20
2.1.4. Javno preduzetništvo	22
2.1.5. Omladinsko preduzetništvo	23
2.1.6. Digitalno preduzetništvo	24
2.2. Lične karakteristike preduzetnika.....	25
2.3. Kompleksnost preduzetništva.....	29
2.4. Motivi za pokretanje sopstvenog poslovnog poduhvata.....	30
2.5. Uticaj preduzetničke kulture na razmišljanje privrednika	33
2.6. Definicija preduzetničke kulture	34
2.6.1. Promocija preduzetničke kulture.....	43
2.7. Preduzetništvo kao dio obrazovnog sistema	46
2.8. Politika države, podsticajne mjere za razvoj preduzetništva	48
2.8.1. Uticaj socijalnih faktora na preduzetništvo.....	49
2.8.2. Uticaj porodice i vaspitanja na preduzetničke navike.....	51
2.9. Obezbeđivanja finansija za pokretanje poslovnog poduhvata.....	52
2.9.1. Izvori finansiranja pokretanja preduzetničkih poduhvata.....	53
2.9.1.1. Sopstveni, lični kapital	54
2.9.1.2. Obezbeđivanje kredita za privrednike	55
2.9.1.3. Grantovi - donacije.....	57
2.9.1.4. Anđeli investitori.....	59
2.9.1.5. Rizični kapital kao oblik finansiranja početka poslovanja preduzeća.....	59
2.9.2. Održivi načini finansiranja preduzetničkih poduhvata	62
2.9.2.1. Finansiranje preduzetničkog poduhvata faktoringom i lizingom	62
2.9.2.2. Krediti komercijalnih banaka.....	64
2.9.2.3. Međunarodni programi finansijske podrške malim i srednjim preduzećima i preduzetnicima	65
2.10. Administrativne barijere pri poslovanju preduzeća	68
2.11. Kako smanjiti i pojednostaviti procedure u poslovanju?.....	72
2.12. Zemlje u kojima su administrativne barijere svedene na minimum.....	75
2.13. Podrška vođenju biznisa	76
2.13.1. Podrška pri osnivanju biznisa i tokom poslovanja.....	77
2.14. Preduzetnička infrastruktura i podrška vođenju biznisa	80
3. MARKETING.....	91
3.1. Šta je marketing	92
3.1.1. Marketing kao nauka	93
3.1.2. Marketing kao umjetnost.....	95
3.2. Kako definisati marketing	97
3.3. Marketing kroz prizmu vremena.....	99
3.3.1. Integracija AI u savremene marketing strategije	102

3.4. Evolucija marketinga	105
3.4.1. Evolucija marketinga u kontekstu tehnološkog napretka	107
3.4.1.1. Predindustrijsko doba (prije 1800.)	108
3.4.1.2. Industrijska revolucija (1800. i dalje)	109
3.4.1.3. Doba emitovanja (do sredine 20. vijeka).....	109
3.4.1.4. Digitalno doba (kasni 20. vijek do danas)	109
3.4.2. Šest ključnih faza evolucije marketinga.....	110
3.4.2.1. Marketing 1.0 (M 1.0) - Usmjeren na proizvod	111
Faze u procesu razvoja novog proizvoda	111
Životni ciklus proizvoda (Product Life Cycle - PLC).....	122
4P marketing Miks	133
Prošireni marketing miks 7P	134
3.4.2.2. Marketing 2.0 (M 2.0) - Usmjeren na kupca	145
3.4.2.3. Marketing 3.0 (M 3.0) - Usmjeren na čovjeka	147
3.4.2.4. Marketing 4.0 (M 4.0) - Tradicionalni i digitalni marketing	148
3.4.2.5. Marketing 5.0 (M 5.0) - Tehnologija u službi čovječanstva	149
3.4.2.6. Marketing 6.0 (M 6.0) - Stvaranje imerzivnih iskustava	154
4. UPRAVLJANJE PREDUZETNIČKIM PODUHVAATOM.....	159
4.1. Ideja, identifikacija i procjena poslovne prilike	159
4.2. Razvoj poslovnog plana.....	163
4.3. Determinacija potrebnih resursa.....	167
4.4. ZADATAK ZA STUDENTE.....	170
4.4.1. Proizvod/usluga	171
4.4.2. Potrošač/korisnik	171
4.4.3. Odnos sa kupcima.....	172
4.4.4. Kanali distribucije.....	172
4.4.5. Partneri	173
4.4.6. Aktivnosti.....	174
4.4.7. Resursi.....	174
4.4.8. Rashodi/troškovi	175
4.4.9. Prihodi	176
4.5. Pravni oblik registracije poslovnog poduhvata	177
LITERATURA	178
Internet izvori.....	184
DODATAK.....	187
Popis slika	187
Popis tabela	188