

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>2. DOSADAŠNJI RAZVOJ I PREDVIĐANJE BUDUĆIH SPOLNOEKONOMSKIH ODNOSA ZEMALJA REGIONA</b> .....	<b>9</b>
<b>3. TEORIJSKI ASPEKTI</b> .....	<b>19</b>
3.1. <i>Marketing i elementi marketinga</i> .....	19
<b>4. IZVOZNI MARKETING MENADŽMENT</b> .....	<b>23</b>
<b>5. PLANIRANJE IZVOZA</b> .....	<b>31</b>
5.1. <i>Planiranje početnog izvoza</i> .....	34
5.2. <i>Planiranje intenzifikacije i unapređenje izvoza</i> .....	44
<b>6. MARKETING INFORMACIONI SISTEM I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA</b> .....	<b>53</b>
<b>7. MARKETING MIKS U IZVOZU</b> .....	<b>63</b>
7.1 <i>Politika proizvoda</i> .....	67
7.2 <i>Politika distribucije</i> .....	71
7.3 <i>Politika cijena</i> .....	74
7.4. <i>Politika promocije</i> .....	76
<b>8. ZNAČAJ I OBLICI IZLASKA NA STRANA TRŽIŠTA</b> .....	<b>81</b>
<b>9. MOTIVI PREDUZEĆA ZA IZVOZ</b> .....	<b>85</b>
9.1 <i>Uloga državnih i vladinih institucija na promociji izvoza</i> .....	87
9.2 <i>Uloga i značaj finansijskih institucija u podršci porasta obima izvoza</i> .....	90

---

## Izvozni marketing menadžment

---

9.3 Internet u spoljnotrgovinskom poslovanju ..... 92

*Primjer 1: MARKETING U OBLASTI AGROINDUSTRIJE KAO STRATEŠKE  
GRANE PRIVREDNOG RAZVOJA* ..... 97

Dosadašnje stanje i budući pravci razvoja ..... 97

Marketing prehrambenih proizvoda i izvoz ..... 100

*Primjer 2: MARKETING PLAN* ..... 120

Postupak utvrđivanja troškova marketinga ..... 121

Planiranje i analiza troškova marketinga prema prodaji ..... 123

**LITERATURA** ..... **132**