

Предговор

ГЛАВА I

УВОД У СТРАТЕШКИ МАРКЕТИНГ

1. Дефиниција маркетинга	4
2. Зашто студирати маркетинг	7
3. Концепција маркетинга	8
Пословни случајеви	11

ГЛАВА II

УПРАВЉАЊЕ СТРАТЕШКИМ МАРКЕТИНГОМ

1. Истраживање	15
2. Сегментација, циљање и позиционирање	16
3. Маркентишки микс	18
4. Примјена	20
5. Контрола	21
Пословни случај	21

ГЛАВА III

ДИФЕРЕНЦИРАЊЕ ПРОИЗВОДА КАО СТРАТЕГИЈА МАРКЕТИНГА И КОНКУРЕНЦИЈЕ

1. Теоријско-методолошка одређеност маркетинг стратегије	25
1.1 Појам и улога маркетинг стратегије	25
1.2 Класификација маркетинг стратегије	29
2. Карактеристике и класификација савремених тржишних структура	37
2.1 Типологиј а тржишних структура	38
2.2 Тржишна стратегија и тржишна структура	43
Пословни случајеви	50

ГЛАВА IV

СТРАТЕШКИ ОБЛИЦИ КОНКУРЕНЦИЈЕ

1. Анализа стратешких облика конкуренције	54
1.1 Цј еновна конкуренциј а	55
1.2 Нецј еновна конкуренција	58
1.2.1 Производ као фактор конкурентности	61
1.2.2 Промоција као фактор конкурентности	64

1.2.3 Дистрибуција као фактор конкурентности	64
1.3. Стратешки облици конкуренције и тржишна структура	68
2. Новије тенденције на тржишту и конкуренција	75
Пословни случајеви	86

ГЛАВА V

СТРАТЕГИЈА ДИФЕРЕНЦИРАЊА ПРОИЗВОДА И КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ

1. Стратегија производа као инструмента конкуренције	89
1.1 Савремени концепт производа	91
1.2 Концепт стратегијског управљања производним асортиманом	100
1.3 Облици политике производа	114
1.3.1 Иновација производа	116
1.3.2 Варијација производа	119
1.3.3 Елиминација производа	120
2. Суштина и значај диференцирања производа	124
2.1 Дефиниција стратегије диференцирања производа	125
2.2 Поступак диференцирања производа	128
2.3 Конкурентски значај стратегије диференцирања производа	132
Пословни случајеви	141

ГЛАВА VI

САДРЖАЈ И МЕТОД ДИФЕРЕНЦИРАЊА ПРОИЗВОДА

1. Диференцирање димензија производ	145
1.1 Диференцирање суштине производ	147
1.2 Диференцирање формалног производ	153
1.2.1 Диференцирање производа квалитетом	155
1.2.2 Диференцирање производа паковањем	163
1.2.3 Диференцирање стила производа	166
1.2.4 Диференцирање марке производа	170
1.2.5 Диференцирање дизајна производа	172
1.3 Диференцирање продуженог производа	174
2. Диференцирање производа инструментима маркетинг-микса	178
2.1 Диференцирање производа и програмирање цијена	179
2.1.1 Животни циклус производа и програмирање цијена	179
2.1.2 Политика диференцирања цијена	186
2.2 Диференцирање производа и програмирање промоције	192
2.2.1 Животни циклус производа и политика промоције	195
2.2.2 Политика промоционог микса	199