

Sadržaj

Prvi deo

Uslužna ekonomija i marketing menadžment usluga (1)

Specifičnosti ekonomije i marketing menadžmenta usluga	2
❖ Opšti okviri i tendencije razvoja ekonomije usluga	2
➤ Determinisanje uslužne ekonomije	2
➤ Inovativno preduzetništvo i razvoj sektora poslovnih usluga	8
➤ Razvojne tendencije ekonomije usluga	15
➤ Problematiziranje javnog sektora ekonomije	19
❖ Definisanje pojma uslužni proizvod	24
➤ Teorijski aspekti definisanja pojma uslužni proizvod	24
➤ Klasifikacija uslužnih proizvoda	26
▪ Marksističko-lenjinistička ekonomska doktrina	26
▪ Ekonomske doktrine tržišne privrede usluga	28
➤ Determinisanje termina društvene preferencije	31
❖ Marketing aspekti determinisanja pojma uslužni proizvod	34
➤ Marketingo-determinisanje pojma usluge	34
▪ Neopipljivost uslužnog proizvoda	36
▪ Kvarljivost usluge	37
▪ Heterogenost uslužnog proizvoda	38
▪ Stimulanost proizvodnog i uslužnog procesa	38
▪ Odsustvo sopstvenosti uslužnog procesa	39
➤ Marketing klasifikacija usluga i definisanje uslužnog proizvoda	40
▪ Marketing klasifikacija usluga	40
▪ Marketing-koncept uslužnog proizvoda	43
▪ Marketing-nivo kreiranja i isporuke usluge	45
▪ Marketing-sistem uslužnog proizvoda	46
▪ Marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda	48
• Organizacijske dimenzije marketing kvaliteta usluge 49	
• Dimenzije marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda 51	
• Otkrivanje karakteristika marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda 53	
• Identifikovanje klijentove percepcije o marketing-kvalitetu usluge 55	
• Analiza marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda 58	
• Model analize neusklađenosti 59	
• Model analize zadovoljstva klijenta 61	
• Zaključak o analizi marketing-kvaliteta usluge 63	
• Upravljanje i unapređenje marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda 64	
• Upravljanje marketing-kvalitetom uslužnog proizvoda 64	
• Elementi unapređenja marketing-kvaliteta uslužnog proizvoda 66	
Fusnote i literatura 68	
Paradigme savremenog čovečanstva budućnosti	69
❖ Determinisanje savremenog čoveka kao kulturno-civilizacijskog bića	69
➤ Teorije o jeziku	70
➤ Jezik komunikacije među ljudima	71

➤	Šizofreni oblici upotrebe jezika	74
❖	Čovekova potreba za dijalogom	75
❖	Komunikacijsko-informacijska kultura	82
➤	Razgovor sa samim sobom – Mišljenje	83
➤	Razgovor sa Bogom – Molitva	83
➤	Razgovor sa prirodom – Nauka	84
➤	Razgovor kulture – Večni nemir	85
➤	Razgovor sa istorijom – I mrtvi govore	85

Fusnote i literatura 86

Drugi deo

Područja uslužne ekonomije (87)

Istraživanje oblika intelektualnih usluga

❖	Ljudski (humani) resursi kao nepresušni izvori nacionalnog bogatstva	88
❖	Funkcija stvaralaštva u oblikovanju i reoblikovanju	90
➤	Uticaj profesije na stvaralaštvo	98
➤	Ciljevi i zadaci oblikovanja i reoblikovanja	99
➤	Rušenje ili utvrđivanje mita o postojećem proizvodu	99
❖	Inovacije kao proces promena	104
➤	Tehnološke inovacije	106
➤	Klasifikacija inovacija	109
➤	Difuzija inovacije	113
❖	Uslužna ekonomija i inovativno preduzetništvo	114
❖	Identifikacija područja promena koje determinišu buduću strategiju razvoja	117
❖	Javnost i mnjenje kao izvor uslužne ekonomije	121

Fusnote i literatura 124 – 12

Uslužne paradigme u području poslovnih finansija

❖	Finansijski inženjering	126
❖	Finansijski menadžment	128
❖	Bankarski menadžment	129
❖	Finansijske berze i finansijsko tržište	131
❖	Berzanski robno-finansijski poslovi	140
➤	Promtni poslovi	143
➤	Terminski poslovi	143
➤	Report – deport poslovi	143
➤	Hedžing i špekulativni poslovi	144
➤	Elektronsko tržište i akcija	145
❖	Kreiranje finansijskih proizvoda u vidu hartija od vrednosti	148
➤	Akcije – hartije od vrednosti	153
▪	Utvrđivanje vrednosti akcija na berzi	155
▪	Prodaja novih akcija	157
▪	Kupovina akcija	159
▪	Trgovanje akcijama prodajom na prazno	162

➤	Obveznice – hartije od vrednosti	164
▪	Objašnjenja u vezi s obveznicama	167
▪	Donošenje odluke o emisiji obveznica	169
▪	Specifičnosti obveznica lokalnih organa uprave	171
▪	Specifičnosti obveznica državnog trezora	171
▪	Obveznice specifičnih namena	172
▪	Rizici ulaganja u obveznice	177
▪	Formiranje cena obveznica	178
▪	Trgovanje obveznicama	179
❖	Fjučersi i opcije	181
➤	Proizvodi koji su predmet ugovora na fjučerse	182
➤	Definisanje finansijskih derivata	185
➤	Definisanje opcija	187
➤	Sistem trgovine fjučerskim derivatima	187
➤	Hedžeri i špekulanti ugovorima na fjučerse	190
❖	Investicioni fondovi kao institucionalni investitori	192
❖	Hipotekarne založnice, obveznice i obligacije	194

Fusnote i literatura 197

Usluge trgovine i trgovinski marketing menadžment

❖	Specifičnosti marketinga trgovine	198
➤	Specifičnosti istraživanja tržišta i marketinga trgovine	201
➤	Marketing-strategije i marketing-planiranje trgovinskog društva	201
❖	Specifičnosti instrumenata marketing-miksa trgovine	202
➤	Politika materijalnog i nematerijalnog proizvoda trgovine	203
➤	Politika cena i uslovi trgovine	204
▪	Odnosi trgovine sa dobavljačima	204
▪	Sistem marži trgovine i rabata mušterijama	205
▪	Strategije upravljanja cenama marketing trgovinskog društva	206
▪	Strategije cena marketing-trgovinskog društva	208
•	Strategije socio-psiholoških cena 208	
•	Strategije vodećih cena 209	
•	Strategije privlačnih cena 209	
•	Strategije prestižnih cena 209	
•	Strategije promocijnih cena 210	
▪	Taktika cena marketing-trgovinskog društva	210
➤	Politika promotivnog miksa trgovine	211
❖	Merčendajzing marketing trgovinskog društva	213
➤	Merčendajzing marketing-prodavnice	214
▪	Postavljanje rafova	214
▪	Lokacija proizvoda	215
➤	Merčendajzing marketing-prodajnog mesta	215

Fusnote i literatura 216

Izvozni-međunarodni marketing menadžment

❖	Specifičnosti međunarodnog marketing menadžmenta	217
---	--	-----

❖	Specifičnosti istraživanja međunarodnog tržišta i marketing menadžmenta	219
➤	Modeli istraživanja stranog tržišta	219
➤	Definisanje problema kod istraživanja stranog tržišta	221
❖	Planiranje međunarodne marketing-koncepcije, strategije i taktike	222
➤	Specifičnosti međunarodne marketing-koncepcije	222
▪	Međunarodna marketing koncepcija nacionalne privrede	223
▪	Kooperaciona međunarodna marketing koncepcija	224
▪	Višenacionalna međunarodna marketing koncepcija	225
➤	Međunarodne marketing-strategije	226
▪	Pretpostavke međunarodne marketing-strategije	226
▪	Proces formulisanja izvozne marketing-strategije	227
▪	Strategije (metode) ulaska na strana tržišta	228
▪	Klasifikacija izvoznih-međunarodnih marketing-strategija	229
▪	Diferenciranje izvozne strategije prema stepenu internacionalizacije	231
➤	Međunarodna marketing-taktika	231
❖	Instrumenti izvoznog marketing-miksa	232
➤	Strategije i politike izvoznog proizvoda	232
▪	Alternativne strategije izvoznog proizvoda	233
▪	Planiranje strategija izvoznog proizvoda	234
▪	Politika multinacionalnog proizvoda	235
➤	Politika cena i uslova	235
▪	Politika i strategija izvoznih cena i popusta na cenu	235
▪	Politika uslova plaćanja	236
➤	Politika kanala izvoza u zemlji, logistika i fizička distribucija u inostranstvu	237
▪	Zastupništvo u inostranstvu	237
▪	Sopstveno ili mešovito društvo u inostranstvu	238
➤	Politika promolivnog miksa u inostranstvu	238

Fusnote i literatura 239

Bankarski marketing menadžment	240	
❖	Banka – institucija poverenja i institucija informacionih argumenata	241
➤	Komponente bankarskog informacionog sistema	242
➤	Istraživanje marketinga banke	243
▪	Istraživanje marketinga banke	243
▪	Analiza marketing situacije komitenta banke	244
▪	Neformalno istraživanje marketinga komitenta banke	248
➤	Specifičnosti finansijskog tržišta i bankarskog poslovanja	249
❖	Marketing-koncepcija i marketing-strategije banke	250
➤	Marketing-koncept banke	250
➤	Marketing funkcije i ciljevi banke	252
➤	Marketing-strategije banke	254
❖	Marketing-miks strategija banke	255
➤	Proces kreiranja marketing-miksa strategija banke	255
▪	Marketing-miks tržišnog pozicioniranja banke	256
▪	Marketing-miks u relationship marketingu banke	257
➤	Planiranje marketing-miksa banke	257