

Sadržaj

PRVI DEO: STRATEŠKI MARKETING	9
1. Stvaranje profitabilnog poslovanja pomoću marketinga svetskog ranga	11
2. Upotreba marketinga da bi se razumela, kreirala, prenela i isporučila vrednost	27
3. Identifikovanje tržišnih mogućnosti i razvijanje ciljanih ponuda vrednosti	49
4. Ponuda vrednosti i zaštitni znak	71
DRUGI DEO: TAKTIČKI MARKETING	93
5. Stvaranje i upotreba sistema prikupljanja informacija	95
6. Kreiranje marketing miksa	121
7. Kako privući, zadržati i negovati kupce	153
8. Stvaranje i isporuka više vrednosti za kupca	175
TREĆI DEO: ADMINISTRATIVNI MARKETING	201
9. Planiranje i organizovanje radi uspostavljanja efikasnijeg marketinga	203
10. Procena i kontrola tržišnih rezultata	225
ČETVRTI DEO: TRANSFORMACIJSKI MARKETING	243
11. Navikavanje na novo doba elektronskog marketinga	245
PRILOG: KARAKTERISTIKE, STRATEGIJE USPEHA I ULOGE SEKTORA ZA MARKETING U RAZLIČITIM PRIVREDNIM DELATNOSTIMA	261
O AUTORU	271
OSTALA DELA FILIPA KOTLERA	272