

Sadržaj

Predgovor	9
Uvod	11
1. Advertaizing	15
2. Outsorsing	22
3. Brend	23
4. Cena	30
5. Ciljna tržišta	32
6. Diferencijacija	33
7. Direktna pošta	35
8. Distribucija i kanali	36
9. Dizajn	40
10. Dobavljači	42
11. Finansijski marketing	43
12. Garancije	45
13. Imidž i emotivni marketing	46
14. Imovina i resursi marketinga	48
15. Informacija i analitika	49
16. Inoviranje	52
17. Internet i elektronsko poslovanje	55
18. Iskustveni marketing	58
19. Istraživanje tržišta	59
20. Kompanije	63

21. Komunikacija i promocija	65
22. Konkurenti	66
23. Konkurentska prednost	68
24. Konsultanti	69
25. Kreativnost	71
26. Kupci	74
27. Kvalitet	78
28. Marketinška etika	79
29. Marketing miks	81
30. Marketing uloge i veštine	84
31. Marketing planovi	86
32. Marketing transakcija	89
33. Marketing i baza podataka	90
34. Marketing odnosa	94
35. Marketing u recesiji	97
36. Međunarodni marketing	99
37. Mediji	102
38. Menadžment	103
39. Merenje ciljeva i rezultata	105
40. Misija	107
41. Nematerijalna imovina	108
42. Odanost	110
43. Odnosi s javnošću	112
44. Okruženja sektora za marketing	114
45. Opšti i konkretizovani ciljevi	117
46. Organizacija	119
47. Potrebe kupaca	120
48. Pozicioniranje	122
49. Preduzetništvo	125
50. Predviđanje i budućnost	126
51. Prilika	128
52. Primena i kontrola	130
53. Prodaja	132

54. Prodajna snaga	134
55. Profit	136
56. Proizvodi	139
57. Promena	141
58. Razvoj novog proizvoda	143
59. Segmentacija	145
60. Sponzorisanje	147
61. Strategija	148
62. Strategije rasta	152
63. Stvaranje korporativne marke	155
64. Tehnologija	156
65. Telemarketing i potrošački telefoni	157
66. Tržišta	158
67. Trendovi u marketing razmišljanjima i praksi	160
68. Trgovci na malo i prodavci	162
69. Unapređenje prodaje	164
70. Upravljanje odnosima sa kupcima (CRM)	166
71. Usluga	168
72. Usmerenost na kupca	170
73. Uspeh i neuspeh	172
74. Usredsređivanje i stvaranje niša	173
75. Vođstvo	175
76. Vrednost	178
77. Zadovoljstvo kupca	179
78. Zanos	181
79. Zaposleni	182
80. Živa reč	185
Beleške	187