

SADRŽAJ

UVOD	1
1. USLUŽNA EKONOMIJA	3
2. ULOGA USLUGA U NACIONALNIM EKONOMIJAMA	8
3. NOVA PRAVILA IGRE	10
4. MARKETING ISTRAŽIVANJE	11
4.1. Područja marketing istraživanja	12
4.2. Proces marketing istraživanja	12
4.2.1. Definisanje ciljeva i predmeta istraživanja	12
4.2.2. Analiza (obrada) podataka obuhvata	13
4.2.3. Prikupljanje podataka	13
4.2.4. Metode i tehnike marketing istraživanja	14
4.2.5. Tipovi marketing istraživanja	17
4.3. pristupi sprovođenja marketing istraživanja	18
4.4. Proces marketing istraživanja	18
5. MARKETING U BANKARSTVU	21
5.1. Specifičnosti bankarskih usluga	21
5.2. Istraživanje tržišta bankarskih usluga	23
5.3. Marketing miks program bankarskih organizacija	25
6. MARKETING U OSIGURANJU	28
7. MARKETING U TURIZMU	31
8. DEFINISANJE I MJERENJE SATISFIKACIJE POTROŠAČA	35

9. FAKTORI KOJI UTIČU NA OČEKIVANJA POTROŠAČA.....	40
10. UVAŽAVANJE POTREBA POTROŠAČA.....	41
11. EMOCIJE U USLUŽNOJ SATISFAKCIJI.....	43
ZAKLJUČAK.....	46
LITERATURA.....	48