

UNIVERZITET U ISTOČNOM SARAJEVU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET
studijski program za šumarstvo

MARKETING

Prof. Dr Dragan Vojinović

Ljetni semestar 2019/2020

III dio: Vrste marketinga

Sadržaj:

- 1. Profitni marketing**
- 2. Neprofitni marketing**
- 3. Marketing u trgovini**
- 4. Ekološki marketing**
- 5. Marketing usluga**
- 6. Međunarodni marketing**
- 7. Transakcijski marketing**
- 8. Marketing odnosa**

*Podjela prema segmentu

- mikro marketing
- makro marketing

*Podjela prema načinu komuniciranja

- lični
- elektronski/ internet / sms
- pisani
- zvučni
- kombinovani
- mrežni marketing

1. Profitni marketing

- tržište finalnih potrošača
- poslovno tržište

POSLOVNA FUNKCIJA MARKETINGA

MARKETING



2. Neprofitni marketing

- marketing neprofitnih organizacija
- društveni marketing

*Primjena neprofitnog marketinga

- slobodno vrijeme, sport, zdravstvo i socijalna zaštita
- obrazovanje, umjetnost, kultura
- zaštita životne sredine i javnog interesa

PROFITNI I NEPROFITNI MARKETING

KARAKTERISTIKE	PROFITNI MARKETING	NEPROFITNI MARKETING
AKTIVNOST	PRIMARNO OSTVARENJE PROFITA	PRIMARNO OSTVARENJE OPŠTE DRUŠTVENE KORISTI
CILJNE GRUPE	KUPCI, DOBAVLJAČI, ZAPOSLENI, JAVNOST	KORISNICI, DONATORI, JAVNOST, ZAPOSLENI

3. Marketing u trgovini

4. Ekološki marketing



5. Marketing usluga

- karakteristike usluga
- neopiplivost
- nedjeljivost
- heterogenost
- varijabilnost



6. Međunarodni marketing

- izbor zemlje (tržišta)
- način nastupa na inostranom tržištu
- marketing miks na ino tržištu

TRANSAKCIJSKI MARKERING	MARKETING ODNOSA
POJEDINAČNA PRODAJA	ZADRŽAVANJE KUPCA
KUPAC STALNO NEŠTO ZAHTJEVA	KUPAC JE NAJBITNIJI
ANALIZA PROIZVODA, KONKURENATA I PREDUZEĆA	ANALIZA LJUDI, OKRUŽENJA I PREDUZEĆA
OGRANIČENO ANGAŽOVANJE OKO POTROŠAČA	VISOK KONTAKT SA POTROŠAČIMA
KVALITET PROIZVODA	TOTALNI KVALITET