

UNIVERZITET U ISTOČNOM SARAJEVU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET
studijski program za šumarstvo

MARKETING

Prof. dr Dragan Vojinović

Ljetni semestar 2019/2020

XI dio : UPRAVLJANJE MARKETINGOM

Upravljanje marketingom

- **Upravljanje marketingom predstavlja proces kojim se pokreće i usmjerava marketing aktivnost organizacije u cilju zadovoljavanja potreba građana kao potrošača, privrede i društva proizvodima i uslugama uz ostvarenje dobiti.**
- **Analiza tržišnih mogućnosti**
- **Formulisanje ciljeva**
- **Definisanje ponude**
- **Organizaciona struktura**
- **Implementacija planova**
- **Kontrola**

Pojam planiranja/Planiranje marketing aktivnosti

- svjesno, planski kontinuirano provođenje aktivnosti usmjerenih na definisanje cilja i načine i tokove ostvarenja
- planiranje je instrument ekonomske politike
- održavanje mogućeg i ostvarenog između ciljeva, vještina i sredstava



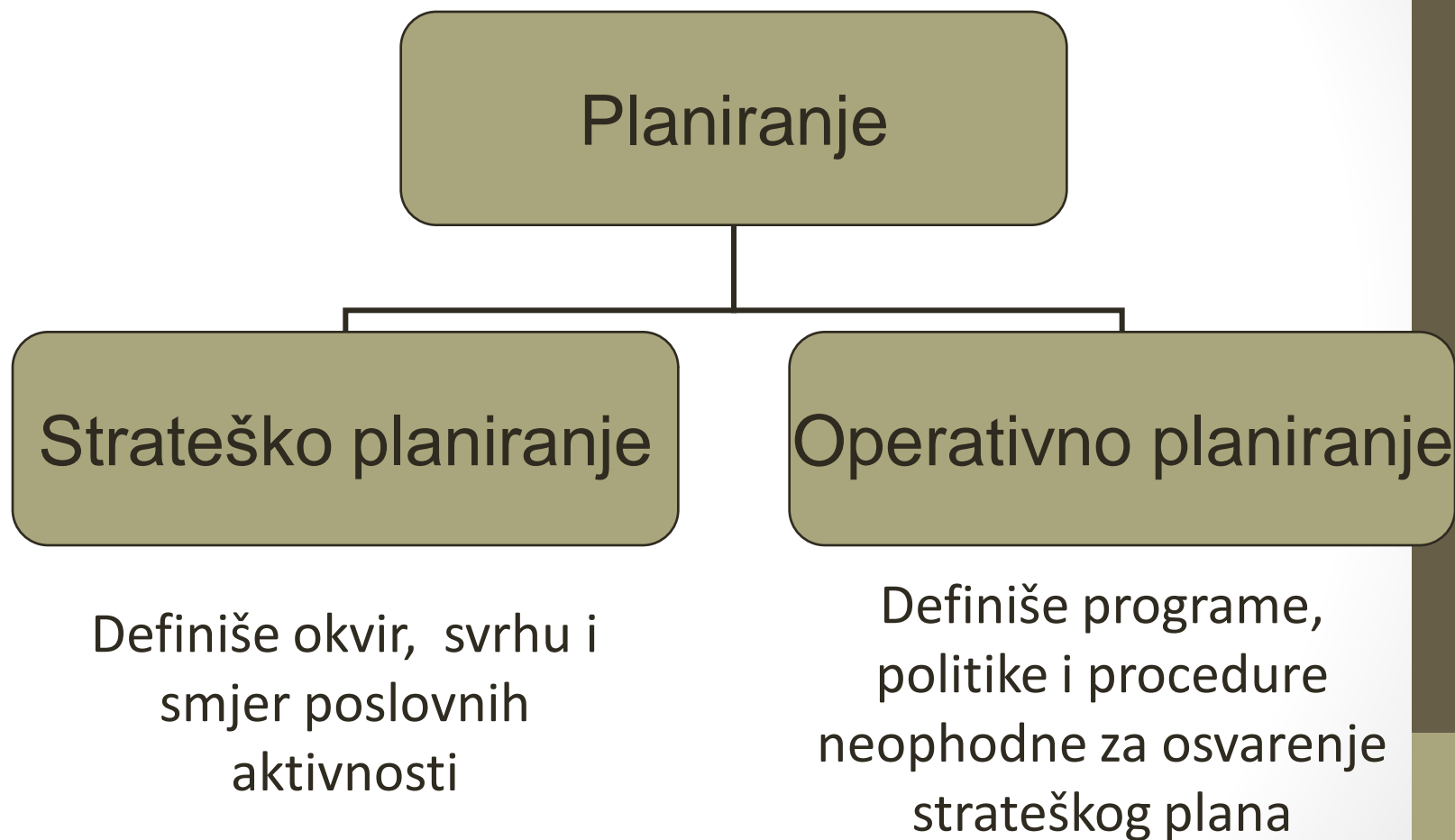
o Svojstva planiranja

- planiranje je sastavni elemenat svake ljudske aktivnosti
- planiranje se odnosi na budućnost
- planiranje se zasniva na misaonim procesima
- planiranje umanjuje negativne efekte neuspješnosti u budućim događajima

o Opšta načela planiranja

- optimalnosti
- ekonomičnosti
- usklađenosti i realnosti
- konkretnosti i potpunosti
- preglednosti
- pravovremenosti
- vremenske određenosti
- demokratičnosti
- integralnosti

Planiranje je uvijek u funkciji upravljanja razvojem



○ Proces strateškog planiranja

✓ definisanje misije preduzeća

- obim privređivanja
- nivo proizvoda i asortimana
- izbor tržišta
- distribucijski kanali
- definisanje strateških poslovnih jedinica

Definisanje ciljeva

o Važnost ciljeva

- daju usmjerenja
- koncentrišu poslovne napore
- usmjeravaju planove i odluke
- pomazu pri ocjeni rasta i razvoja

o Karakter ciljeva

- mjerljivost
- ciljevi moraju biti ostvarljivi
- kratkoročnost i dugoročnost
- prioritet



- Definisane strateških opcija
 - troškovna prednost
 - diversifikacija ponude
 - tehnološke promjene
 - selekcija konkurenata

- Primjena marketing aktivnosti
 - ✓ formulisanje plana akcije
 - ✓ formiranje organizacione strukture
 - ✓ kreiranje sistema odlučivanja
 - ✓ izbor kadrova
 - ✓ uspostavljanje organizacione klime

- Kontrola marketing aktivnosti
 - ✓ kontrola godišnjeg plana
 - ✓ kontrola rentabilnosti
 - ✓ kontrola efikasnosti
 - ✓ strategijska kontrola

- Marketing strategije

Strategijske odluke o

- ciljnim tržištima
- marketing pozicioniranju
- marketing miksu
- visini troškova marketinga

- Marketing strategije
 - ✓ odbrana tržišnog učešća
 - ✓ povećanje tržišnog učešća
 - ✓ diferenciranje proizvoda
 - ✓ pozicioniranje proizvoda
 - ✓ repozicioniranje

- ✓ nediferencirani marketing
- ✓ diferencirani marketing
- ✓ koncentrisani marketing

K R A J