



SADRŽAJ:

MEĐUNARODNI MARKETING PROGRAM

| | |
|---|----|
| <u>I Uvod</u> | 2 |
| <u>1. Subjeki međunarodnih marketing aktivnosti</u> | 2 |
| 1.1. Korporacija | 3 |
| <u>2. Instrumenti međunarodnog marketing miksa</u> | 4 |
| 2.1. Proizvod i međunarodni marketing program | 4 |
| 2.2. Cena i međunarodni marketing program | 5 |
| 2.3. Distribucija i međunarodni marketing | 6 |
| 2.4. Promocija i međunarodni marketing program | 7 |
| 2.4.1. Ekonomska propaganda | 9 |
| 2.4.2. Unapređenje prodaje | 9 |
| 2.4.3. Lična prodaja | 10 |
| 2.4.4. Direktan marketing | 10 |
| 2.5. Power i međunarodni marketing program | 11 |
| 2.6. Public relations i međunarodni marketing program | 12 |
| <u>III Zaključak</u> | 12 |
| <u>Literatura:</u> | 14 |

MEĐUNARODNI MARKETING PROGRAM

I Uvod

Međunarodni marketing je poslovna aktivnost koja sprovodi sve marketing funkcije bez obzira na nacionalne granice i podsystem je međunarodnog poslovanja. Osnov za definisanje međunarodnih marketing strategija je kreiranje međunarodnog marketing programa u sklopu politike preduzeća. Korporacije su vodeći nosioci međunarodnih marketing aktivnosti.

Pored njih, naravno, marketing aktivnosti na međunarodnom nivou realizuju i razne organizacije. Ovo sve znači da su subjekti međunarodnih marketing aktivnosti, međunarodna preduzeća. Međunarodna preduzeća ulažu svoje resurse i sredstva sa ciljem da se uključe i opstanu u međunarodnom poslovnom okruženju. Teško je odrediti trenutak kada preduzeće prerasta u međunarodno. Recimo da je početak prenosa proizvodnje u međunarodno poslovno okruženje odlučujući korak za to.

Sva preduzeća na međunarodnom tržištu nastoje da ostvare dugoročne konkurentske prednosti. Iako na različite načine kreiraju svoje marketing programe i različito organizuju proces marketing istraživanja, sličnosti koje ih povezuju u cilju veće ostvarivanja veće konkurentnosti su: konkurentska prednost podrazumeva stalno poboljšanje, neprestano usavršavanje i inovacije i odnosi se na celokupan sistem vrednosti. Konkurentska prednost zahteva globalni pristup strategiji.

Odgovarajući proizvod, prava cena, adekvatna distribucija i promotivne aktivnosti usloviće i uspešno poslovanje preduzeća kako bi time ostvarilo i željenu konkurentsku prednost na

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTОВI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

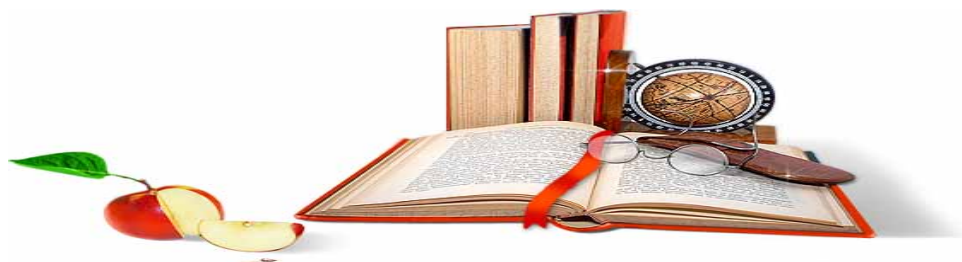
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTОВI SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#). KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com

