

## Sadržaj

<i>Uvod</i> .....	2
<i>Uloga marketinga u ustanovama neprofitnog tipa</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Marketing u kulturi</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Marketing i propaganda Narodnog pozorišta u Sarajevu</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Zaključak</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Literatura</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## *Uvod*

Marketing je poslovna aktivnost koja usmerava tok robe i usluga od proizvođača do potrošača u cilju najboljeg zadovoljenja potreba potrošača i ostvarivanje cilja preduzeća. Marketing potiče od reči: "market" što znači tržište i "ing" što znači aktivnost.

Istorijski gledano marketing je bio orijentisan na distribuciju roba (proizvoda), zatim na potrošače, tj. na potrebe potrošača, na konkurenciju, odnosno prednosti konkurenata, na procese razmene (transakcije) i konačno, na odnos ili ravnotežu podsticaja i doprinosa. Evolucija je dovela do toga da se danas smatra da je ključna orijentacija marketinga na zadovoljavanje različitih potreba potrošača. Dakle, dominantna definicija marketinga glasi: "u pitanju je društveni i upravljački proces pomoću koga se dobija ono što je potrebno, putem kreiranja, nuđenja i razmene proizvoda od vrednosti sa drugima". Sadržaj ove definicije čine ključni koncepti, kao što su:

- potrebe,
- želje i tražnja;
- proizvodi (robe, usluge i ideje);
- vrednosti, trošak i satisfakcija;
- razmena i transakcije;
- odnosi i mreže,
- tržišta i
- potencijalni prodavci i kupci.

Polazna osnova marketinga su potrebe i želje pojedinca, dakle potrošača. Potrebe se definišu u smislu izvesnog osećaja da nisu postignuta izvesna zadovoljstva; da nešto nedostaje što je potrebno za fizičko i psihičko blagostanje. Želje su osećanje potrebe uslovljeno ličnim osobinama pojedinaca, njegovim obrazovanjem, znanjem, tradicijom, kulturom, vaspitanjem. Ključni cilj marketinga je nastojanje da se identifikuju želje i potrebe kupaca i da se one zadovolje stvaranjem odgovarajućih proizvoda i usluga. Osim toga, marketing ima za cilj da stimuliše želje i potrebe kupaca, da ih u izvesnoj meri usmerava, kontroliše i kultiviše.

Efikan marketing podjednaku pažnju treba da posveti proizvodu - njegovim fizičkim karakteristikama i funkcionalnim osobinama i koristima koje potrošači imaju kupovinom proizvoda. Međutim, raznovrsnost tržišnih potreba zahteva od marketinga široku lepezu "ponude" kojom se zadovoljavaju različite fizičke i duhovne aspiracije pojedinaca. Pouzdana pozicija marketinga zavisi od sposobnosti menadžmenta da "uđe" u strukturu različitih želja i potreba - konkretnog i potencijalnog tržišta. Pri kupovini određenih proizvoda kupci razmišljaju u kategorijama:

- korist,
- vrednost,

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

[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) -----

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

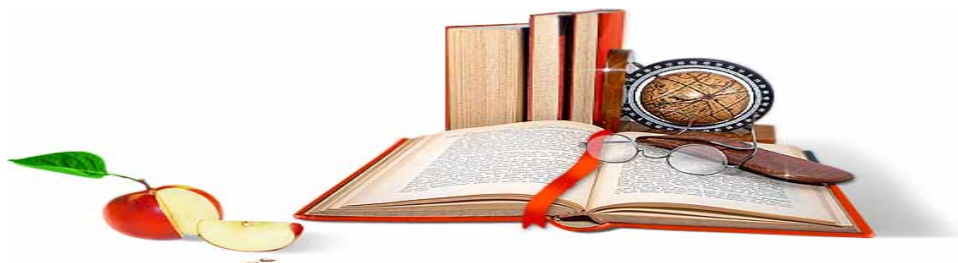
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

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

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)

[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://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 [GOTOVI 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 RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)

•