

# REPUTACIJA MARKETING STRUKE



# Uzorak



Opšta populacija, urban, n=300



Članovi marketing struke, n=35



# Delatnosti koje najviše koriste oglašavanje



# Privlačan je taj marketing, ali za neke druge ljude



Marketing struka može uticati na percepciju prilikom...



# Koliko je ugledna marketing struka



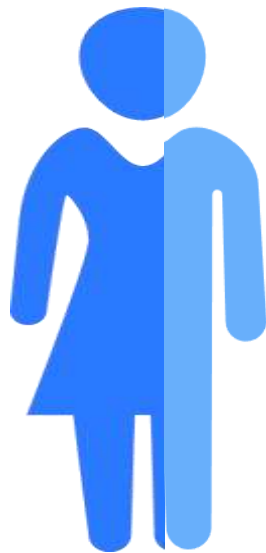
4,2%



3,4%



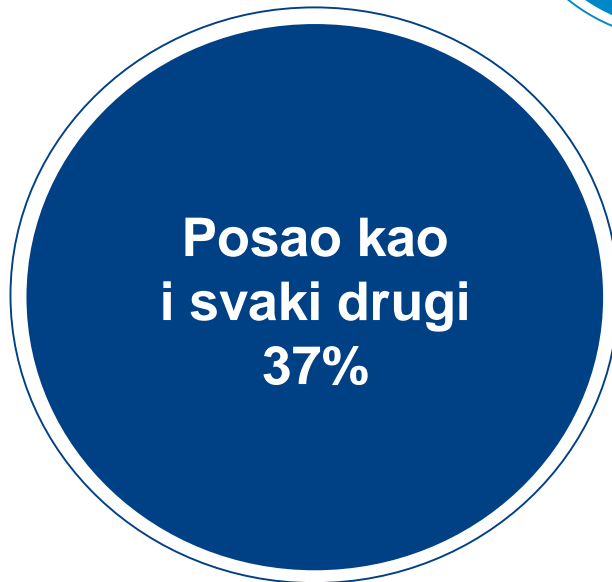
# Profil tipične osobe zaposlene u marketingu



Godine: 33  
Škola: fakultet (ekonomija + management = 77%)  
EUR: 535



# Koliko je marketing privlačan za zapošljavanje?





# U sve se meša?

85%	OGLAŠAVANJE
58%	STRATEŠKO USMERENJE KOMPANIJE
50%	IZBOR STRATEŠKIH PARTNERA
46%	INOVACIJE
42%	CENE
42%	ZADOVOLJSTVO KUPACA
42%	INVESTIRANJE



## 2/3

marketing odeljenje ima  
važno mesto u kompaniji u  
kojoj radim



# Poznatost strukovnih udruženja i njihove uloge; ocena rada



94%

30% Unapredjenje poslovanja (cele privrede, marketinga...)  
18% Povezivanje marketing struke  
15% Definisane kodeksa i zakonskih regulativa  
15% Promovisanje struke

3,9



57%

35% Temama vezanim za oglašavanje  
25% Edukacija  
15% Unapredjenje poslovanja (cele privrede, marketinga...)  
15% Promovisanje struke

2,7



14%

40% Štampanim medijima  
20% Temama vezanim za oglašavanje

3,8



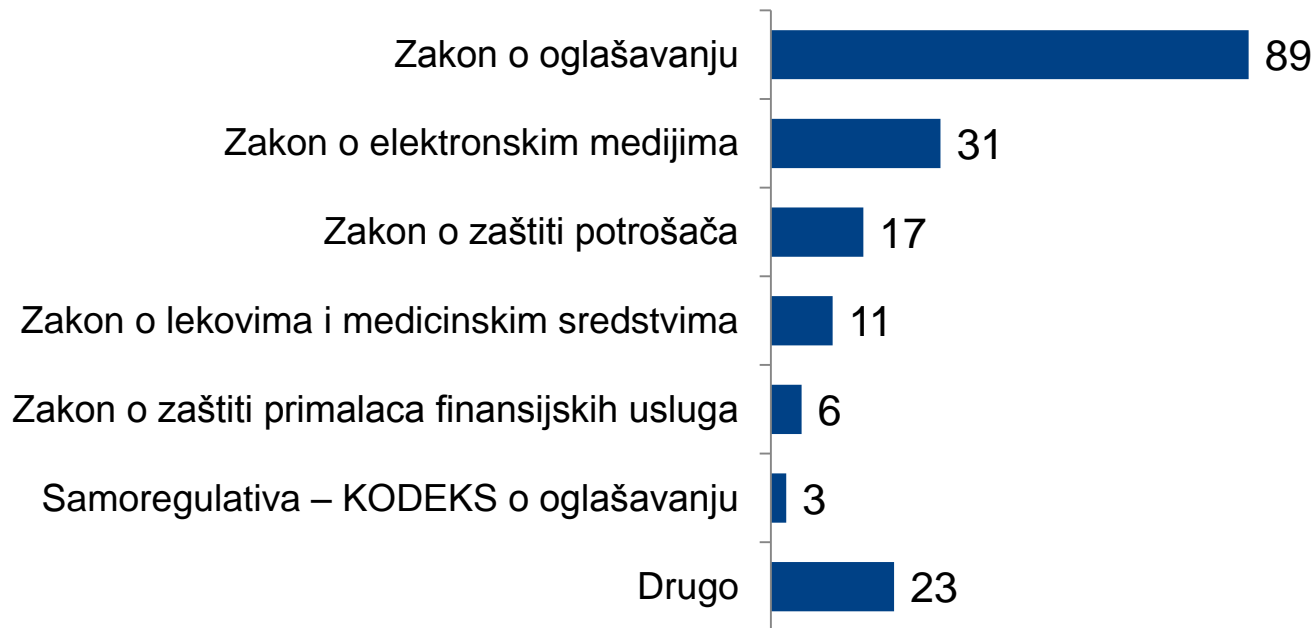
11%

25% Definisane kodeksa i zakonskih regulativa  
25% Sloboda informisanja

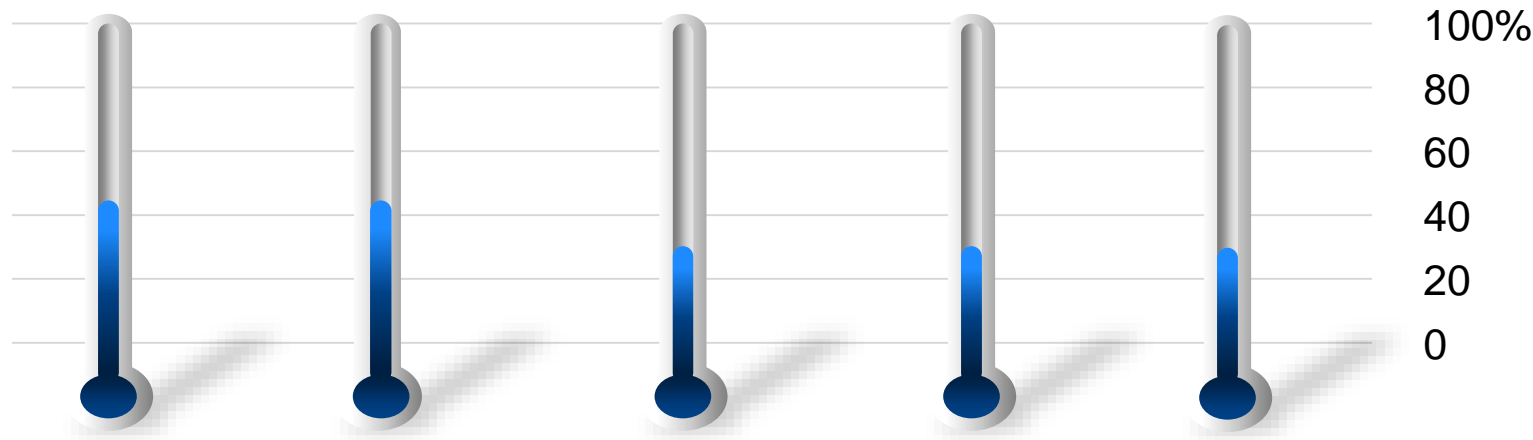
2,8



## Poznavanje zakona koji uređuju oglašavanje



# Problemi struke



Nedovoljna obučenost kadrova

Niska svest o značaju marketinga u privredi

Nepostojanje adekvatne regulative

Imidž struke u javnosti

Efikasnija strukovna udruženja



HVALA NA PAŽNJI!

PITANJA?

Goran Tintor  
Custom Research Director  
GfK | Bulevar Mihajla Pupina 10b | entrance II | floor VI  
11070 New Belgrade, Serbia  
Tel: +381 11 71 55 888 ext. 222  
e-mail: [goran.tintor@gfk.com](mailto:goran.tintor@gfk.com)