

SADRŽAJ

<i>BANKOVNA GARANCIJA-POUZDAN INSTRUMENT OBEZBJEĐENJA PLAĆANJA</i>	3
<i>GLOBALNI FINACIJSKI SISTEM POD RECESIJSKIM PRITISKOM</i>	10
<i>IZVORI POSLOVNOG PRAVA</i>	12
<i>MESTO POSLOVNOG PRAVA U PRAVNOM SISTEMU</i>	18
<i>PLANIRANJE NORMALNO POTREBNOG NETO OBRITNOG FONDA</i>	21
<i>IMUNIZACIJA INVESTICIONOG PORTFELJA BANAKA</i>	25
<i>MATEMATIČKI MODELI TEORIJE ODLUČIVANJA U OCJENI BLAGOSTANJA USPOSTAVE ZAŠTIĆENIH PRIRODNIH DOBARA</i>	32
<i>NAPUŠTANJE CURRENCY BOARDA U CB BIH: DA ILI NE?</i>	36
<i>POJAM I PROBLEM UTVRĐIVANJA FINANSIJSKE RAVNOTEŽE</i>	41
<i>SAMOSTALNI RAZVOJ MIKRO I MALIH PREDUZEĆA</i>	45
<i>UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA</i>	50
<i>EVROPSKE INTEGRACIJE KAO FUNKCIJA CIVILNOG DRUŠTVA I ZNAČAJ CIVILNOG DRUŠTVA ZA INTEGRACIJSKE PROCESSE</i>	52
<i>FINANSIJSKA LIBERALIZACIJA U EVROPSKOJ UNIJI</i>	56
<i>PROCJENA VRIJEDNOSTI DUGA I PRISTUP NJEGOVOM RJEŠAVANJU</i>	64
<i>SPECIFIČNOSTI OBLIKOVANJA I UPRAVLJANJA INTEGRISANIM MARKETING KOMUNIKACIJAMA</i>	69
<i>MARKETING USLUGA</i>	72
<i>ANALIZA PRINOSA, CIJENE OBVEZNICA</i>	77
<i>I RIZIK ULAGANJA U ISTE</i>	77
<i>TROŠKOVI POSLOVANJA KAO OBLIK ULAGANJA</i>	83
<i>MENADŽMENT U OBRAZOVANJU</i>	91
<i>MOTIVACIJA I NEKE OD SADRŽAJNIH TEORIJA MOTIVACIJE U SAVREMENOM DRUŠTVU</i>	94
<i>POSLOVNA STRATEGIJA U USLOVIMA EKONOMSKE KRIZE</i>	97
<i>MJERENJE ZADOVOLJSTVA OSIGURANIKA</i>	107
<i>DEFINISANJE I ZNAČAJ MARKETINGA-PRISTUPI DEFINISANJU</i>	112
<i>TEORIJSKI PRISTUPI ISTRAŽIVANJU POSLOVANJA PREDUZEĆA</i>	116
<i>TRŽIŠNA ORIJENTACIJA OSIGURAVAJUĆE KOMPANIJE</i>	124
<i>TRŽIŠNO ORJENTISANJE ŠKOLSTVA</i>	130
<i>ULOGA MENADŽMENTA U POSLOVANJU ŠPEDICIJE</i>	133
<i>UTICAJ PROGRAMIRANOG RADA NA POVEĆANJE MOTORIČKIH SPOSOBNOSTI DJECE SA POSEBNIM POTREBAMA</i>	140
<i>STRUKTURA I DINAMIKA TROŠKOVA KAO ELEMENT ULAGANJA</i>	145
<i>UPRAVLJANJE FINANSIJSKIM RIZIKOM PUTEM HEDŽINGA</i>	150
<i>EKSPERTSKO OCENJIVANJE NAUČNIH PROJEKATA I PROGRAMA RAZVOJA U ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE</i>	154
<i>REVIZIJA POSLOVANJA I ULOGA INFORMACIONIH SISTEMA U KONTROLI I REVIZIJI</i>	165
<i>PRIMITIVIZAM POLITIČKOG MARKETINGA U BOSNI I HERCEGOVINI</i>	171
<i>CMS U IZRADI WEB SAJTOVA</i>	174
<i>ANALIZA PONAŠANJA POTROŠAČA SA SOCIOLOŠKOG ASPEKTA</i>	178
<i>EVROPSKE PERSPEKTIVE ZAPADNOG BALKANA I UNAPREĐENJE REGIONALNE SARADNJE</i>	183
<i>PROCJENA VRIJEDNOSTI HoV – AKCIJA</i>	189