

---

## SADRŽAJ

### Nenad Perić: Mediji i medijsko delovanje

Uvod: <i>Mediji, industrija medija i reklame kao nosioci kulturno-sociološkog identiteta</i> .....	11
<i>Situacija na lokalnom i regionalnom nivou</i> .....	17
Glas razuma u glasu javnosti je isto što i kap u praznoj čaši? - <i>O formi "reality show" i emisiji Trenutak istine</i> -.....	18
<i>O Trenutku istine, stanju srpskog društva i lokalnoj medijskoj slici</i> .....	21
Masovni mediji: koncentracija moći, ograničavanje duhovnog, lažna slika stvarnosti i druga pogubna dejstva.....	25
<i>Vest kao reklama i pseudo-realnost</i> .....	27
Šoubiznis i njegov uticaj na društvo (globalno menjanje društvenih i kulturnih obrazaca).....	34
<i>Sportisti: idoli, medijske ličnosti, brendovi i markeri uspostavljanja obrazaca</i> .....	36
Svetlija strana medijskog delovanja (ipak nije sve izgubljeno) - <i>Trend društvenog, ekološkog i zdravstvenog angažmana</i> -.....	41
<i>Mediji u službi zdravstvenog obrazovanja i prevencije</i> .....	42
<i>Primer iskrene dobronamernosti u svetu prepunom laži, neetičnosti i skrivene propagande: kampanja Nemojte nam reći "To ne može da se uradi"</i> .....	44

**Ivana Gujanica: Odnosi sa javnošću**

Uvod: <i>Odnosi s javnošću kao fundamentalni deo savremenih organizacija</i> .....	47
Specijalni događaji i odnosi s javnošću .....	54
<i>Ekskuzivno otvaranje hotela Hilton Liverpool – “Hilton Rocks”...</i>	56
Sponzorstvo i odnosi s javnošću .....	63
<i>Coca Cola i svetsko prvenstvo u fudbalu</i> .....	66
Odnosi s javnošću u kriznim situacijama .....	73
<i>Toyota pred izazovom: krizni odnosi s javnošću na proveri</i> .....	74
Korporativna filantropija i korporativna društvena odgovornost.....	82
<i>-Dobri primeri (sa reči na dela)-</i> .....	85

**Nevena Krasulja: Brend i brendiranje**

Uvod: <i>Brend nekada i danas</i> .....	89
Globalni brendovi	
<i>-Primer brenda Camper-</i> .....	94
Brend autentičnost .....	103
<i>Autentični brendovi na savremenom tržištu</i> .....	105
<i>Indeks brend autentičnosti</i> .....	107
Brend i slavne ličnosti .....	110
Značaj imena brenda .....	119
Objedinjena opšta literatura .....	129
O autorima.....	135
Recenzije .....	139