

SADRŽAJ:

PREDGOVOR	5
ZNAČAJ MARKETING KOMUNIKACIJE U SAVREMENOM BANKARSTVU Vojkan Bižić, Faruk Gudžević	9
INTERCULTURAL COMPETENCE FOR MEDIA ETHICS Ivan Blaževski	19
OTUĐENJE LIČNOSTI I TEŽNJA ZA DRUŠTVENOM REAFIRMACIJOM: DVA PSIHOLOŠKA FENOMENA U "JADNICIMA" F.M. DOSTOJEVSKOG Branimir Čović	32
LINGVISTIČKA SREDSTVA MANIPULACIJE U INTERPERSONALNOJ KOMUNIKACIJI Larisa Razdobudko-Čović	39
DIREKTNI MARKETING KAO MODERNA TRŽIŠNA KOMUNIKACIJA Maja Đokić, Biljana Panić, Dragan Kolev	47
STRATEGIJA KOMUNIKACIJE BANAKA I OSIGURAVAJUĆIH KOMPANIJA ZA ODRŽIVI RAZVOJ Mila Jančetović, Radica Jovanović, Jana Cvijić	56
ODNOSI S JAVNOŠĆU KAO PROFESIJA Petronije Jevtić, Ljiljana Mihajlović Stošić, Klemencic Beno	67
TRŽIŠNA SEGMENTACIJA, TARGETIRANJE I POZICIONIRANJE Ljiljana Mihajlović Stošić, Klemencic Beno, Petronije Jevtić	76
STEREOTIPI O MANIPULACIJI: PRILOG ODREĐENJU POJMA „MANIPULACIJA“ . 86 Dragan Kolev, Darko Tadić, Biljana Panić	
TRŽIŠNE KOMUNIKACIJE U FUNKCIJI POSLOVANJA KOMPANIJE Marko Laketa, Sanel Jakupović, Luka Laketa	100
BUSINESS ENGLISH: THEORETICAL VS. PRACTICAL ISSUES Snežana Milovanović	113
MARKETING KOMUNIKACIJE U MULTINACIONALNIM KOMPANIJAMA NA TRŽIŠTU SRBIJE Maida Mušović, Velida Kijevečanin	127
DRUŠTVENE MREŽE I NJIHOVA ULOGA U SAVREMENOM POSLOVANJU Mirsad Nuković, Nedžad Azemović, Jusuf Nuković	138
POSLOVNE KOMUNIKACIJE I MANIPULACIJE U FINANSIJSKOM IZVEŠTAVANJU Mirjana Orašanin	154
IZGRADNJA KOMUNIKACIJE S KLIJENTIMA U BANKAMA Andrea Pavlović, Lucija Grebenar, Maja Đurić-Zahirović	173
UPRAVLJANJE VREDNOSTIMA NA INTERNETU U SVETLU INSTITUCIONALIZACIJE KOMUNIKACIJA U OBLASTI ENERGETSKE EFIKASNOSTI Sena Pješivac, Bojan Kovačić	188



UPRAVLJANJE PROJEKTIMA KROZ IT KOMUNIKACIJE	206
Vuk Raičević, Rade Glomazić, Jelena Matijašević	
OSTVARIVANJE PRAVA NA INFORMISANJE U USLOVIMA DRUŠTVA U TRANZICIJI REPUBLIKE MAKEDONIJE	219
Temelko Risteski, Aleksandar Čavleski, Biljana Čavkoska	
BAF-MODEL PROCESOVANJA KOMUNIKACIJA	231
Ristić M. Predrag	
ODNOSI S JAVNOŠĆU I NOVA MARKETING STRATEGIJA	238
Dejan Riznić, Milovan Vuković, Aleksandra Vuković	
MOĆ ISTINE ILI ISTINA MOĆI U NOVOJ MEDIJSKOJ REALNOSTI?	258
Slađana Stamenković, Vesna Milenković	
NEZAOBILAZNA INTEGRISANA MARKETING KOMUNIKACIJA	273
Vladimir Stojanović, Sanel Jakupović, Elvir Jugo	
KOMUNIKACIJA I PERCEPCIJA: MENTALNA MAŠINA	287
Darko Tadić	
THE EFFECTS OF FMCG ADVERTISING ON CORPORATE ENTREPRENEURSHIP DECISIONS	300
Milan Todorović, Fiona McLeod, Luka Laketa	
GLOBAL MARKETING COMMUNICATIONS IN THE 21ST CENTURY	310
Mirko Tripunoski, Aleksandar Nikolovski	
KOMUNICIRANJE EKOLOŠKIH KORISTI PROIZVODNJE ORGANSKE HRANE	323
Semir Vehapi, Zenaida Šabotić	
MARKETINŠKI ASPEKT RAZVOJA ROBNE MARKE I UTICAJ NA PONAŠANJE KUPACA	333
Aleksandra Vidović	
ZNAČAJ MEDIJA I PR ZA RAZVOJ KYOKUSHINKAI KARATEA NA PROSTORU SRBIJE	345
Vojkan Bižić	
UTICAJ SPIN INFORMACIJA NA LIČNU PERCEPCIJU	352
Bogdana Vujnović-Gligorić, Marica Banović	

