

SADRŽAJ:

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



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	