

## SADRŽAJ:

<b>PREDGOVOR</b> .....	5
<b>MULTITASKING KAO SVE DOMINANTNIJI NAČIN KORIŠĆENJA MEDIJA</b> .....	9
Marija Aleksić, Ljiljana Manić	
<b>ZNAČAJ LOGOA KAO MOGUĆNOSTI DOBROG BRENDIRANJA NA PRIMERU KYOKUSHINKAI KARATE SIMBOLA</b> .....	19
Vojkan Bižić, Filip Kuduz	
<b>ASPEKTI SIGURNOSTI DRUŠTVENE KOMUNIKACIJE</b> .....	26
Vanče Bojkov, Nikolaž Palashev, Darjan Bojkov	
<b>PREVOĐEŃE KAO POSEBAN VID DVOJEZICNE KOMUNIKACIJE</b> .....	33
Бранимир Човић	
<b>БОЈА И КОМУНИКАЦИЈА</b> .....	43
Лариса Човић	
<b>КОМУНИКАЈСКИ АСПЕКТИ УПРАВЉАЊА ПРОБЛЕМИМА ОД ЈАВНОГ ЗНАЧАЈА</b> .....	66
Veljko Đukić, Biljana Đukić	
<b>JESMO LI SADA VIŠE KUL?: ANGLICIZMI U MASOVNIM MEDIJIMA U SRBIJI</b> .....	75
Katarina P. Držajić	
<b>EFFECT OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVENESS OF EDUCATION</b> .....	81
Svetlana Ignjatijević, Jelena Matijašević, Vuk Raičević	
<b>SISTEMI PLAĆANJA PUTEM INTERNETA</b> .....	87
Selma Ikić, Faruk Gudžević	
<b>INTERNET U SLUŽBI PR KOMUNIKACIJE U VISOKOŠKOLSKIM USTANOVAMA</b> . 104	
Jamila Jaganjac, Maja Đurić Zahirović	
<b>TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE: INFORMACIJA I REAKCIJA</b> .....	115
Petronije Jevtić, Ljiljana Mihajlović, Janko Čakš	
<b>HIPERTARGETIRANJE I PERSONALIZACIJA MAS MEDIJA</b> .....	124
Dragana Jovanović, Ivana Ercegovac	
<b>POTENCIJAL INTERNET MARKETINGA U PROCESU BRENDIRANJA GRADOVA</b> . 139	
Miloš Jovanović, Milena Stanojević	
<b>NEUROMARKETING I SUBLIMINALNE PORUKE: RAZREŠENJE DILEME</b> .....	157
Dragan Kolev, Darko Tadić, Nebojša Jehlička	
<b>KOMUNIKACIJA U VERTIKALNOM MARKETINGU</b> .....	173
Luka Laketa, Marko Laketa, Sanel Jakupović	
<b>VIZUELNI IDENTITET ORGANIZACIJE U FUNKCIJI KOMUNIKACIJE</b> .....	187
Anđela Mikić	
<b>ELEKTRONSKO BANKARSTVO KAO SAVREMENI VID POSLOVNE KOMUNIKACIJE</b> .....	200
Rastko Milić, Vanja Sredojević	
<b>CRNE RUPE HIPERKOMUNIKACIJE: KAD BRZINA USISA KOMUNIKACIJU</b> .....	211
Tatjana Milivojević, Katarina Dragović, Tamara Borisavljević	
<b>INSTRUCTIONAL DESIGN IN THE CORPORATE BUSINESS ENVIRONMENT</b> .....	225
Snežana Milovanović	



<b>MULTIMEDIJALNOST KAO TEHNOLOŠKO-SADRŽAJNA PLATFORMA NOVIH MODELA UPRAVLJANJA I ORGANIZOVANJA U MEDIJA SFERI .....</b>	<b>243</b>
Dragan Nikodijević	
<b>TEHNOLOGIJA, KOMUNIKACIJA I MULTIMEDIJI.....</b>	<b>257</b>
Zoran Obradović, Dejan Riznić, Aleksandra Vuković	
<b>MOĆ MASOVNIH MEDIJA I „MEKA MOĆ“ .....</b>	<b>271</b>
Ivana Projović, Nevenka Popović Šević	
<b>ULOGA I ZNAČAJ INTERNET KOMUNIKACIJA U MENADŽERSKOM ODLUČIVANJU .....</b>	<b>291</b>
Temelko Risteski, Sefer Canoski	
<b>ŠUM U KOMUNIKACIJI NA RELACIJI OBRAZOVANJE I TRŽIŠTE RADA .....</b>	<b>303</b>
Vanja Sredojević, Slavica Lukić, Rastko Milić	
<b>TELEVIZIJA I NOVI MEDIJI-ODNOS PREMA MEDIJSKOM TRŽIŠTU .....</b>	<b>315</b>
Slađana Stamenković, Vesna Milenković	
<b>PROPAGANDA I KOMUNIKACIJA: UKLANJANJE KOMUNIKACIJSKIH PREPREKA I KONSTRUKCIJA PORUKE.....</b>	<b>329</b>
Darko Tadić, Dragan Kolev	
<b>ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ У КУЛТУРИ .....</b>	<b>339</b>
Ивана Теодоровић	
<b>МОЋ ВИЗУЕЛНИХ ЕЛЕМЕНАТА У ОГЛАШАВАЊУ И МУЛТИМЕДИЈАЛНИМ ПОРУКАМА.....</b>	<b>357</b>
Нада Торлак	
<b>TOPIC: PARADOXES OF THE GLOBAL MARKETING COMMUNICATION (PECULIARITIES, IMPROBABILITIES, OPPOSING ATTITUDES).....</b>	<b>370</b>
Mirko Tripunovski, Aleksandar Nikolovski, Antoneta Vasileva	
<b>ODNOS NOVINARA I PR MENADŽERA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA EKSTERNIH ODNOSA S JAVNOŠĆU.....</b>	<b>382</b>
Milica Vasiljević Blagojević, Nenad Perić	
<b>ROBNA MARKA U KOMUNIKACIJI SA TRŽIŠTEM .....</b>	<b>392</b>
Aleksandra Vidović	
<b>EFEKTIVNA KOMUNIKACIJA U TOKU DISKONTINUELNE ORGANIZACIONE PROMENE .....</b>	<b>401</b>
Nebojša Zakić, Svetlana Vukotić, Tatjana Milivojević	