

## RIJEČI RECEZENTA

Udžbenik „Organizacija i vođenje marketinga” je prezentovan u osam dijelova, koji su razrađeni u okviru 24 poglavlja. U svakom poglavlju je data odgovarajuća skica koncepta sadržaja. Pored citiranih autora u pojedinim dijelovima udžbenika, autor preporučuje korisnicima udžbenika da se upoznaju i sa sadržajem i u 190 publikacija koje se odnose na marketing.

U cjelini posmatrano, koncept predmetnog udžbenika je u cjelosti usklađen sa postojećim nastavnim planom i programom Fakulteta za nastavni predmet „Organizacija i vođenje marketinga”.

Predloženi koncept smatramo uspješnim, a pripremljen je od strane autora koji prati blagovremeno publikacije iz oblasti marketinga, a i u praksi primjenjuje adekvatne metode za uspješno poslovanje privrednih subjekata.

Ovaj udžbenik bi trebalo koristiti i kod organizacije postdiplomskih studija, odnosno II ciklusa visokog obrazovanja iz oblasti marketinga.

Imajući u vidu ulogu i značaj kadrovskih struktura za uspješan rad svakog poslovnog sistema, kadrovi koji budu savladali gradivo predviđeno ovim udžbenikom predstavljaju garanciju za uspješan rad svakog poslovnog sistema u tržišnim uslovima privređivanja.

Banja Luka; 12.05.2010. godine

Stojaković Stojan  
Baroš Željko