

## Sadržaj

1. UVOD .....	4
1.1 Predmet istraživanja .....	4
1.2 Ciljevi istraživanja.....	5
1.3 Polazne hipoteze.....	5
2. TEORIJSKI ASPEKTI ODNOSA SA JAVNOŠĆU .....	6
2.1 Glavni instrumenti odnosa sa javnošću .....	6
2.2 Vrednovanje rezultata odnosa sa javnošću.....	8
2.3 Određivanje ciljeva odnosa sa javnošću.....	9
3. UTICAJ ODNOSA SA JAVNOŠĆU NA UNAPREĐENJE PRODAJE .....	13
3.1 Uloga i uticaj odnosa sa javnošću na unapređenje prodaje .....	14
4. ODNOSI SA JAVNOŠĆU KAO OBLIK UNAPREĐENJA PRODAJE U PREDUZEĆU .....	20
4.1 Instrumenti za izgradnju odnosa sa javnošću u prodaji.....	20
4.2 Strategija pametnih ideja .....	25
4.3 Strategije promocije .....	26
4.4 Etički aspekti promocije.....	27
4.5 Strategije ulaganja u vlastiti biznis.....	28
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE .....	33
6. ZAKLJUČAK .....	38
7. LITERATURA.....	40