

1. UVOD

Predmet rada usmeren je ka proučavanju dostupne literature vezane za značaj komunikacije u oblasti marketinga i odnosa sa javnošću (PR).

Ciljevi izrade diplomskog rada su:

- istraživanje
- prikupljanje
- analiziranje podataka

Glavni cilj diplomskog rada je dokazati da komunikacija ima veliki značaj u odnosima sa javnošću.

Prilikom izrade diplomskog rada biće korištene sledeće metode:

- analiza i sinteza
- istorijska metoda
- induktivna metoda
- deduktivna metoda
- komparativna metoda

Osnovna hipoteza: Komunikacija ima poseban značaj u marketing menadžmentu odnosa sa javnošću.

U uvodnom poglavlju govori se o predmetu diplomskog rada, ciljevima izrade diplomskog rada, metodama koje su korištene pri izradi diplomskog rada i glavnoj hipotezi rada.

U drugom poglavlju naglasak je stavljen na značaj komunikacije u marketingu i odnosima sa javnošću (PR) uz objašnjenja šta podrazumevaju i iz čega se sastoje marketing, koncept 4C, menadžment i odnosi sa javnošću.

U trećem poglavlju prikazano je anketno istraživanje o značaju komunikacije u okviru poslovanja modernih i uspešnih preuzeća.