

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>5</b>
1.1.Cilj i predmet rada.....	7
1.2.Hipoteze rada.....	8
1.2.1.Opšta hipoteza: .....	8
1.2.2.Pomoćne hipoteze :.....	8
1.2.Metode primenjene u istraživanju .....	8
<b>2. DETERMINISANJE MENADŽMENTA I MARKETING SISTEMA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Definisane menadžmenta i menadžmenta u zdravstvu .....	10
2.1. Značaj marketinga u menadžmentu u zdravstvu .....	13
2.2. Definisane PR-a .....	17
2.3.1. PR unutar ustanove .....	19
2.3.2. PR kroz komunikaciju sa javnostima .....	20
2.3.3. Angažovanje PR agencije .....	21
2.4. Značaj i poslovi PR-a .....	22
<b>3. KOMUNIKACIJA U MENADŽMENTU I MARKETINGU .....</b>	<b>26</b>
3.1. Komunikacija u zdravstvenim ustanovama.....	27
3.2. Komunikacija i PR aktivnosti .....	30
3.3. Veštine komunikacije i oblici komunikacije.....	33
3.4. Značaj veštine komuniciranja u poslovima PR-a .....	36
<b>4. PR I GRAĐENJE IMIDŽA .....</b>	<b>40</b>
4.1. Značaj i put stvaranja imidža u javnosti.....	41
4.2. Značaj i uloga PR-a u građenju imidža .....	43
4.3. Imidž zdravstvenih ustanova .....	44
4.4. PR i građenje imidža zdravstvenih ustanova u javnosti .....	45
<b>5. KOMUNIKACIONE VEŠTINE I GRAĐENJE IMIDŽA ZDRAVSTVENIH USTANOVA .....</b>	<b>47</b>
5.1. Zdravstvene ustanove kroz komunikaciju sa javnostima .....	48

5.2. Javne i privatne zdravstvene ustanove i imidž u javnosti .....	49
5.3. Veštine komuniciranja PR stručnjaka kroz timove i građenje imidža .....	50
<b>6. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>7. LITERATURA .....</b>	<b>54</b>
Literatura sa interneta: .....	55
<b>8. BIOGRAFIJA .....</b>	<b>56</b>