

SADRŽAJ:

ABSTRAKT	5
1. UVODNA RAZMATRANJA	6
1.1. Uvod	6
1.2. Predmet istraživanja	7
1.3. Ciljevi istraživanja	7
1.4. Zadaci istraživanja	7
1.5. Hipoteze istraživanja	8
1.6. Metodologija istraživanja	8
2. TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	10
2.1. Determinacija menadžmenta	10
2.1.1. Hijerarhija menadžmenta	12
2.1.2. Uspješan menadžment	14
2.1.3. Definicija i uloga menadžera	16
2.2. Determinacija marketinga	20
2.2.1. Konceptije marketing aktivnosti	21
2.2.2. Marketing kao znanstvena disciplina i funkcije marketinga	24
2.2.3. Strategije marketinga, marketing miks	25
2.2.4. Kreativnost i marketing	29
2.3. Psihologija u marketingu i menadžmentu	33
2.3.1. Definiranje psihologije	33
2.3.2. Ciljevi i zadaci psihologije	35
2.3.3. Psihologija u marketingu	36
2.3.4. Psihologija u menadžmentu	38
2.3.5. Psihološke tehnike koje utječu na produktivnost zaposlenih	40
2.4. Primjena psiholoških faktora u marketingu i menadžmentu	42

2.4.1.	Društveni i osobni faktori.....	42
2.4.2.	Psihološki faktori.....	50
2.4.3.	Marketing i psihološki faktori	52
2.4.4.	Menadžment i psihološki faktori.....	62
2.5.	Uspjeh kompanija kroz psihološke faktore	72
2.5.1.	Odras uspješne primjene psihološkog faktora u marketingu (boje).....	72
2.5.2.	Uspješnost kompanije uvažavanjem psiholoških faktora i uvođenjem novih tehnika za psihološku stabilnost pojedinca	75
2.6.	Neophodnost i značaj HR stručnjaka u svakoj kompaniji.....	79
2.6.1.	Definiranje HR – a	79
2.6.2.	Značaj HR stručnjaka kroz psihologiju uspjeha.....	80
3.	ISTRAŽIVAČKI OKVIR RADA.....	82
3.1.	Osnove istraživanja i postavka istraživanja.....	82
3.2.	Prikaz rezultata istraživanja.....	82
3.2.1.	Opis i pretpostavke istraživanja	82
3.2.2.	Uzorci za procjenu stavova	83
3.2.3.	Opći podaci po grupama ispitanika.....	84
3.3.	Prikaz i analiza rezultata istraživanja	86
3.4.	Diskusija.....	94
3.5.	Rezime istraživačkog dijela i otvaranje novih pitanja.....	95
4.	ZAKLJUČAK	97
5.	LITERATURA	98
6.	PRILOZI	103
6.1.	Prilog 1	103
7.	BIOGRAFIJA KANDIDATA	108