

SADRŽAJ

Abstrakt	3
1. Uvodna razmatranja	4
1.1. Predmet istraživanja	5
1.2. Ciljevi i zadaci istraživanja	6
1.3. Hipoteze istraživanja.....	6
1.4. Metode i instrumenti istraživanja	7
2. Teorijski okvir istraživanja	8
2.1. Determnisanje menadžmenta	8
2.2. Uspješni menadžment.....	10
2.3. Menadžeri i uspješni menadžeri	11
2.4. Lideri	15
2.5. Determnisanje marketinga	25
2.5.1. Definisanje i značaj marketinga	25
2.5.2. Uspješni marketing kroz uspješne marketing strategije	28
2.5.3. Ljudi koji se bave marketingom	34
2.6. Marketing inostranih kompanija	35
2.6.1. Marketing stranih kompanija na domaćem tržištu	35
2.6.2. Marketing stranih kompanija u svijetu	37
2.6.3. Prednosti i nedostaci marketinških strategija na tržištu.....	41
3. Istraživački okvir rada	43
3.1. Dosadašnja istraživanja	43
3.1.1. Primjer biznis plana za online usluge edukacija na međunarodnom tržištu.....	44
3.2. Nova istraživanja	56
3.2.1. Poslovni članci.....	56
3.2.2. Intervjui međunarodnih kompanija na lokalnom i međunarodnom tržištu	59
3.3. Tumačenje rezultata istraživanja	66
3.4. Doprinos i otvaranje novih pitanja.....	69
4. Zaključak	71
5. Literatura	73
6. Biografija kandidata	75
7. Prilozi	76