

# Predgovor

Posle knjige Politički marketing, objavljene 1999. godine, knjige - Istraživanje političkog tržišta, Politički menadžment i Državni menadžment, treba da predstavljaju celinu političkog menadžemnta.

Svrha je bila da se, uprkos svih sličnosti koja postoje između bazičnog marketinga (videti Principi marketinga, knjiga I-III) i marketinga usluga (videti Uslužna ekonomija & marketing usluga), u ovo naučno područje unesu bitne specifičnosti. Razume se da to nije nimalo lagan cilj kojeg sam postavio, ali, učinio sam sve što je na današnjem nivou spoznaje marketinga bilo moguće, očekujući da će to biti podstrek dase učini još bolje.

Akademik prof. dr Milan Galogaža