

## SADRŽAJ

TURISTIČKA VALORIZACIJA – VIŠEKRITERIJALNI PRISTUP <b>Stevan R. Stević</b> .....	1
POSLOVNI MODELI INTERNETA <b>Dr Ljubomir Trifunović, dr Lazar K. Radovanović, mr Slavko Matanović</b> .....	9
STRATEGIJE ZA ELEKTRONSKO POSLOVANJE <b>Prof. dr Rade Stankić</b> .....	19
ДИЗАЈНИРАЊЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ЗА ГЛОБАЛНО ТРЖИШТЕ <b>Момчило Пољић</b> .....	28
TRAJNOST I RAST KAO PRETPOSTAVKA DUGOROČNOG POTENCIJALA BRENDA <b>Doc. dr Nikola Gluhović</b> .....	37
SPECIFIČNOSTI JAVNIH PRIHODA U BUDŽETU BRČKO DISTRIKTA BOSNE I HERCEGOVINE <b>Dr. Sc. Slavko Vukić, Mr. Sc. Amra Abadžić</b> .....	47
ANALIZA METODOLOGIJA EVALUACIJE KONKURENTNOSTI I POZICIJA ODABRANIH ZEMALJA U TRANZICIJI <b>Mr Lejla Terzić, viši asistent</b> .....	55
GRČKA SLOVA KAO POKAZATELJI RIZIKA PRILIKOM TRGOVANJA OPCIJAMA <b>Mr Vesna Prorok, mr Slađana Paunović</b> .....	63
UPRAVLJANJE LJUDSKIM POTENCIJALIMA U LOKALNOJ SAMOUPRAVI <b>Dr Cviko Lj. Jekić</b> .....	72
ZAŠTITA PODATAKA INFORMACIONOG SISTEMA: STUDIJA SLUČAJA JEDNE KOMERCIJALNE BANKE U BOSNI I HERCEGOVINI <b>Miodrag Peranović, Nenad Mirkov, Otilija Sedlak</b> .....	81
UZROCI I DEJSTVA KRIZE U PREDUZEĆU <b>Jelena Aleksić</b> .....	91
ZNAČAJ ORGANIZACIONE KULTURE ZA EFIKASNOST UPRAVLJANJA ZNANJEM U PREDUZEĆU <b>Zorana Bajić</b> .....	99
OCJENA I RANGIRANJE POSLOVNIH STRATEGIJA PRIMJENOM TOPSIS METODE <b>Neven Đorđić, dipl. oec.</b> .....	105
ZNAČAJ I PERSPEKTIVE RAZVOJA TRŽIŠTA TELEKOMUNIKACIJA U BOSNI I HERCEGOVINI <b>Tamara Duvnjak</b> .....	113
MODELI ELEKTRONSKE TRGOVINE NA OSNOVU RELACIJA IZMEĐU UČESNIKA <b>Tijana Duvnjak</b> .....	120
EFIKASNOST ODNOSA SA JAVNOŠĆU <b>Emina Džaferović</b> .....	127
KORPORACIJSKA STRATEGIJA <b>Elmedin Hibeljić</b> .....	132
MJERENJE TRŽIŠNE KONCENTRACIJE NA TRŽIŠTU USLUGA MOBILNE TELEFONIJE NA PODRUČJU BIH SA OSVRTOM I NA BRČKO DISTRIKT <b>Armin Ibrahimović, dipl. oec.</b> .....	138
VIRALNI MARKETING KAO INTEGRALNI DIO MARKETING AKTIVNOSTI SAVREMENIH KOMPANIJA <b>Neda Košutić</b> .....	148

IZAZOVI PRILIKOM ODREĐIVANJA MARKI PROIZVODA <b>Sanja Mišić</b> .....	154
IMPLEMENTACIJA I KONTROLA MARKETINŠKIH STRATEGIJA POVEZANIH SA BRENDOM <b>Nikola Močević</b> .....	163
MEĐUNARODNE STRATEŠKE ALIJANSE <b>Enisa Mujačić</b> .....	169
UPRAVLJANJE PORTFOLIJOM OSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA BOSNE I HERCEGOVINE <b>Vesna Petrić</b> .....	173
STRATEŠKI ASPEKTI CRM SISTEMA <b>Dejan Tešić</b> .....	182
ОДНОС ГЛОБАЛНИХ И МУЛТИЛОКАЛНИХ ПАРАМЕТАРА СТРАТЕГИЈЕ МЕЂУНАРОДНОГ МАРКЕТИНГА <b>Мр Даница Вуковић</b> .....	188
ULOGA I ZNAČAJ LJUDSKIH RESURSA U ORGANIZACIJAMA <b>Slađana Vuković</b> .....	198
ГУДВИЛ КАО СПЕЦИФИЧНА КАТЕГОРИЈА НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ИМОВИНЕ <b>Сњежана Зарић</b> .....	205