

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Istraživanje političkog tržišta". Rad ima 22 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Seminarski rad

Istraživanje političkog tržišta

Sadržaj:

I Uvod.....	3
II Životna sredina, zakonska regulativa, finansiranje zaštite životne okoline u BiH..4	
2.1 Zakonska regulativa.....	6
2.1.1. Međunarodni ugovori i konvencije.....	6
2.1.2. Domaća regulative.....	6
2.1.3. Odgovornost i monitoring.....	6
2.1.4 .Zakon o zaštiti prirode.....	7
2.2 Finansiranje zaštite životne okoline.....	7
2.2.1 Osiguranje finansiranja životne okoline.....	9
2.2.2 Fondovi za zaštitu životne okoline.....	10
2.3 Finansiranje životne okoline u RS	12
III Zaključak.....	14
IV Literatura.....	15

I Uvod

Poslovne se odluke moraju temeljiti na pouzdanim rezultatima istraživanja tržišta.

Glavni smisao istraživanja tržišta je prikupljanje valjanih i pouzdanih informacija koje pomažu prilikom odlučivanja u tržišnom poslovanju, planiranju aktivnosti, rješavanju konkretnih teškoća ili kontroli uspjeha poslovanja. Prikupljanje i analiza kvantitativnih i kvalitativnih podataka, obavlja se sa obaveznom diskrecijom klijenta i prikupljenih podataka.

Naša rješenja i usluge obuhvaćaju dvije najvažnije metode komunikacijskih djelatnosti političkog marketinga, i to:

Piše: Tihomir Trišić ponedjeljak, 17 maj 2010

Dokle god postoji uticaj, postojaće oni koji su spremni da ga prodaju i oni koji su ga spremni kupiti, i samim tim korupcija je neuništiva. Pošto je neuništiva, onda pametan svet nastoji da to pitanje uvede u zakonito polje i učini ga koliko-toliko proverljivim, regulisanim i efikasnim

Naš lobing iliti kupovina uticaja ima pre svega rodbinske, zavičajne, kumovske i druge karakteristike od kojih je svakako presudna stranačka pripadnost, ali nije imperativ. Kod nas je situacija daleko komplikovanija zato i nismo Amerika i zato nismo sila, nažalost. Ovde funkcioniše političko tržište i promet uticaja na nivou skoro pa iz doba Karađorđa i Turaka. Naš lobing iliti kupovina uticaja ima pre svega rodbinske, zavičajne, kumovske i druge karakteristike od kojih je svakako presudna stranačka pripadnost, ali nije imperativ. Od najnižih lokalnih funkcionera do najviših kod nas je praksa da se uticaj stavlja na raspolaganje za neku proviziju najčešće onima u koje se ima poverenja, budući da je to zakonom zabranjeno u Srbiji. Tu političari i gube najviše novca, jer nemaju regulisano tržište i konkurenciju već se ta kupovina uticaja najčešće završava neposrednom pogodbom u kojoj političari rizikuju mnogo, a u stvari dobijaju jako malo u odnosu na one koji ih „kupuju”. Umesto da zakonom regulišu političko tržište, samim tim izađu iz kriminalnog polja i svoje usluge tj. uticaj stave na tržište i izlože ga konkurentnošću, oni ulaze u dilove sa kojekakvim tranzicionim „biznismenima” koji na neki način postaju vladari njihovih karijera, a mi zamorčići njihovih trgovina. Treba nekada učiti od Amerikanaca; kad u Americi neka kompanija želi da proda nekom ministarstvu svoje proizvode putem javne nabavke, oni angažuju lobiste i plate im da ovi isposluju da tenderska dokumentacija najčešće odgovara ili favorizuje

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com