

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	3
2. MARKETINŠKE AGENCIJE I MARKETING KOMUNICIRANJE.....	4
2.1. Zašto postoje marketinške agencije.....	4
2.2. Zašto preduzeća koriste usluge marketinške agencije.....	5
2.3. Argumenti ZA i PROTIV korištenja usluga agencija.....	6
3. PODJELA I VRSTE MARKETINŠKIH AGENCIJA.....	7
3.1. Agencije prema obimu usluga.....	7
4. ORGANIZACIJA I FUNKCIONISANJE MARKETINŠKIH AGENCIJA.....	8
4.1. Agencijsko osoblje.....	8
4.2. Organizacija marketinških agencija.....	8
4.3. Organizacijska struktura marketinških agencija.....	9
4.4. Agencijski menadžment tim.....	9
4.5. Account management.....	9
4.6. Planiranje klijentovih projekata i istraživanje.....	10
5. ODNOSI AGENCIJE I KLIJENTA.....	11
5.1. Izbor marketinških agencija.....	11
5.2. Faze razvoja odnosa između agencija i klijenata.....	12
5.3. Orijentisanost ka klijentu ili ne?.....	13
6. OČEKIVANJA U KOMUNIKACIJI AGENCIJA – KLIJENT.....	15
7. PROBLEMI U KOMUNIKACIJI.....	17
8. AGENCIJE ZA PROMOCIJU U BIH.....	18
9. ZAKLJUČAK.....	19
LITERATURA.....	20

1. UVOD

Čovjek se odgaja u društvu i za društvo. Da bi svoj život obogatili, ljudi su često uključeni u mnoge aktivnosti van poslovnog života kako bi poboljšali kvalitetu svog življenja. Takve aktivnosti su između ostalog: aerobik, fitnes, razni tipovi seminara, putovanja, zabavni klubovi, volonterski angažmani.

Svaka aktivnost kojom nastojimo da poboljšamo našu kvalitetu življenja popraćena je kvalitetom načina komuniciranja. Vještina komunikacije otvara vrata mnogim prostranstvima u kojima naše „ja“ može da napreduje. Nedostatak efikasne komunikacije ima za posljedicu slabe rezultate. Ako prijenos informacija ne prati razumijevanje značenja, nema komunikacije.

Neizmjerena su bogatstva oko vas, ako želite otvoriti svoje duhovne oči i otkriti trezor beskrajnosti koji je u vama. Unutar vas postoji zlatni rudnik iz kojeg možete crpiti sve što vam je potrebno za veličanstven, radostan i bogat život.

Joseph Murphy

Riječ komuniciranje potiče od latinskog glagola *comunicare*, što znači razgovarati, dogovarati se, raspravljati, izlagati nešto ili savjetovati nekoga. Ovaj izraz povezan i sa latinskom riječi: *communitas*, koja označava zajednicu, prijateljstvo i pravičnost u odnosima među ljudima.

Komuniciranje se najčešće definiše kao svjesna aktivnost djelovanja znakovima pomoću kojih se ljudi sporazumijevaju i ujedno podstiču jedni druge na određeni vrstu akcije.

Znakove koji predstavljaju stvari i pojave zamjenjuju simboli. Komunikacija je linijskog karaktera, ima svoj početak i završetak, počinje od jednog kraja i ide prema drugom, ali se i vraća, kao povratna informacija prema svome izvoru. Njome razumijevamo znanja, misli, osjećaje i potrebe. Komunikacija uvijek sadrži namjeru onoga koji daje poruku, kodiranje poruke – prevođenje namjera u riječi i rečenice, slanje, kanal, dekodiranje i odgovor.“

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com