



Autori Radojka Kraljević i Davor Perkov su u ovom udžbeniku teoriju i praksu upravljanja tržišnim komunikacijama približili čitatelju na metodičko-didaktički jasan i transparentan način. Osobito akcentiraju integriranu marketinšku komunikaciju, kreativnost i razumijevanje oglašavačkog procesa, nove medije, metriku mjerenja učinaka, metode evaluacije stavova i psiholoških čimbenika na potrošače, odnose s javnošću te etičnost u komuniciranju s tržištem. Ovo je prva cjelovita knjiga takve vrste u Hrvatskoj.

Recenzenti: Ivo Andrianić i Zvezdan Penezić.

Izdavači: Plejada i Visoka poslovna škola Libertas Zagreb. 2014.

Narudžbe na: plejada@zg.t-com.hr