



## SADRŽAJ

### IZVORNI ZNANSTVENI RADOVI

Brano Markić: PROCES OTKRIVANJA ZNANJA ZA IZGRADNJU PROFILA KUPACA 184

Nataša Demšar Pečak, Marija Ovsenik: ULOGA SOCIJALNOG MARKETINGA U  
KOMUNIKATIVNIM PARTNERSKIM ODNOSIMA 194

### PRETHODNA PRIOPĆENJA

Imrich Gazda, Albert Kulla: NAČINI IZVJEŠTAVANJA O KRŠĆANSTVU U  
SLOVAČKIM DNEVNIM LISTOVIMA 208

### PREGLEDNI RADOVI

Dubravko Blaće, Gordana Ćorić, Ana Bačić: OPTIMIZACIJA TELEKOMUNIKACIJSKIH  
TROŠKOVA KAO ČIMBENIK RAZVOJA DRUŠTVA 217

### STRUČNI RADOVI

Jozef Macko, Dana Blahútová, Nadežda Stollárová: NOVI MODEL OBRAZOVANJA ZA  
INFORMACIJSKI MONITORING OKOLIŠA VODENIH TOKOVA 232

Stjepan Posavec, Karlo Beljan: INFORMACIJSKA ANALIZA GOSPODARSKIH CILJEVA  
PRIVATNIH ŠUMOVLASNIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ 238

Patricija Janković: ULOGA SPOLNE RODNOSTI U KOMUNIKATIVNOM  
USPOSTAVLJANJU MEĐUGENERACIJSKOG DIJALOGA 246

### INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI: ZNANSTVENICI I ZNANSTVENE INSTITUCIJE

Tatjana Blažeković 252

Franica Janka Bonda 253

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de  
Barcelona 254

RECENZIIJE I PRIKAZI 256

NOVOSTI 258

KAZALO AUTORA 277