

KAZALO

PREDGOVOR	5
UVOD	9
NACIONALNI IDENTITET KAO TEMELJ IMIDŽA I BRENDIRANJA DRŽAVE	15
Pojam i definicije nacionalnog identiteta	16
Krizna nacionalnog identiteta	21
ODREĐENJE IMIDŽA DRŽAVE	27
Pojam i definicije imidža	27
Uloga	31
Uloga kategorizacije i simbola u stvaranju imidža	31
Odnos imidža i srodnih pojmova (percepcije, predrasuda i stereotipa)	34
<i>Percepcija</i>	34
<i>Predrasude</i>	35
<i>Stereotipi</i>	37
Definiranje i istraživanja imidža države	42
Stvaranje nacionalnog imidža	47
Mogućnosti promjene imidža države	50
DRŽAVA KAO SUBJEKT I OBJEKT MEĐUNARODNIH ODNOSA	55
Aktivnosti država u međunarodnim odnosima – nove okolnosti ..	55
Načini i sredstva komuniciranja u međunarodnim odnosima ..	59
Diplomacija i diplomatsko komuniciranje	59

Javna diplomacija	63
Lideri kao nositelji imidža države	70
Promotivno komuniciranje države	76
<i>Propaganda</i>	77
<i>Odnosi s javnošću</i>	80
Međudnos unutarnje i vanjske politike	89
ULOGA IMIDŽA DRŽAVE U MEĐUNARODNIM POLITIČKIM I GOSPODARSKIM ODNOSIMA	91
Globalizacija kao poticatelj jačanja važnosti nacionalnog imidža ..	91
Uloga imidža države u donošenju političkih odluka u međunarodnim odnosima	94
Koncept meke moći država	97
Kultura kao meka moć država	105
Koncept zemlje podrijetla: imidž zemlje podrijetla kao dodatna izvozna vrijednost	110
Međudnos kvalitete i percepcije proizvoda	118
Odnos zemlje podrijetla i zemlje proizvodnje	120
Proizvodi kao simboli nacionalnog imidža	125
Država kao brend	127
Definiranje pojmova <i>brend</i> i <i>brendiranje</i>	127
Razumijevanje procesa <i>brendiranja</i> države	130
Kontroverze oko <i>brendiranja</i> država i naroda	134
Analiza i mjerenje imidža država pomoću <i>The Nation Brands Indexa</i>	137
Uloga imidža države u privlačenju stranih turista	141
Uloga imidža države u privlačenju stranih ulaganja	148
Međuovisnost imidža države i sportskih događaja	155
Međuovisnost samosvijesti, ponosa i zadovoljstva građana i imidža države	167
Uloga imidža tranzicijskih zemalja u njihovu razvoju te političkom i gospodarskom pozicioniranju	170
Zemlje u razvoju kao zemlje podrijetla	175

UPRAVLJANJE IDENTITETOM I IMIDŽEM DRŽAVE	177
Upravljanje identitetom i imidžem: (<i>brendiranje</i>) države kao komponenta nacionalne politike	177
Strategije upravljanja identitetom i imidžem države	179
Uloga međunarodnih odnosa s javnošću u upravljanju imidžem države	179
Problem informacijskog jaza	187
Komunikacijske strategije i taktike u brendiranju države . . .	189
<i>Analiza situacije i planiranje</i>	194
<i>Poduzimanje akcije i komuniciranje</i>	197
Koncept konkurentnog identiteta Simona Anholta	203
Nositelji procesa brendiranja	207
Iskustva upravljanja identitetom i imidžem država (primjeri iz prakse)	211
<i>Njemačka</i>	211
<i>Novi Zeland</i>	214
<i>Egipat</i>	215
<i>Južnoafrička Republika</i>	216
<i>Škotska</i>	218
Vanjsko upravljanje nacionalnim imidžem (vanjsko brendiranje)	220
UMJESTO ZAKLJUČKA	225
LITERATURA	229
KAZALO IMENA	239
BILJEŠKA O AUTORU	245