

1. UVOD

Ne tako davno ljudi nisu imali mogućnost da podijele efikasno informacije i izraze svoje mišljenje prema velikom broju drugih ljudi. Danas je to moguće korištenjem internet alata. Trenutno, zahvaljujući internetu, preko tri milijarde ljudi ima mogućnost da kaže ono što misli i da se njihov glas daleko čuje. Iako smo u prvim minutama prvog dana internet revolucije slobodno možemo reći da je internet budućnost oglašavanja.

Najjednostavnije rečeno oglašavanje na internetu je forma oglašavanja koja koristi internet za dostavljanje poruka potrošaču. Razlog odabira ove teme je taj što je ovaj način oglašavanja u velikoj ekspanziji, aktualna je tema i koristi se u svim mogućim sferama života.

Predmet istraživanja je oglašavanje na internetu, te obuhvata teoriju interneta i oglašavanja koja je podržana sa konkretnim primjerima oglašavanja koji obuhvataju elitu oglasnih alata na internetu stavljajući fokus na Google oglase i oglašavanje na Facebooku, uključujući i studiju slučaja, te analizirajući oglase na internet stranicama, internet oglasnike, oglašavanje putem emaila ali i ostale načine oglašavanja poput Twittera, Instagrama, LinkedIna i raznih aplikacija.

Cilj istraživanja je obraditi sve grane oglašavanja na internetu i staviti ih na jedno mjesto, te omogućiti početnicima u ovom poslu da sa lakoćom savladaju elemente oglašavanja na internetu.

Hipoteza istraživanja sadržana u radu je ta da je neophodno primijeniti određene korake kako bi bili uspješni u internet oglašavanju. Hipoteza će kroz rad biti podržana praktičnom provjerom svih koraka.

Metode korištene u diplomskom radu su dijalektička, metoda analize i sinteze, deduktivna metoda, te statistička metoda. Sprovedeno istraživanje je urađeno praktično, sa stvarnim, mjerljivim i vidljivim rezultatima, te je prikazano tabelarno i grafički sa ciljem da se početnicima u ovom poslu što lakše i jednostavnije objasni način funkcionisanja oglašavanja na internetu.

Kriterij za odabir i posvećenost određenim alatima oglašavanja je njihova aktuelnost i iskoristivost u Bosni i Hercegovini i regiji s obzirom na različite trendove u različitim dijelovima svijeta.

Strategija oglašavanja je veoma bitna za svaki alat oglašavanja. Bez strategije i najoriginalniji način oglašavanja ostaje samo kreativna umjetnost, dok je umjetnost kreiranja praćena sa strategijom već ozbiljan poslovni proces. Zbog toga su strategije oglašavanja zauzele poseban dio u ovom radu.

Kada je u pitanju literatura koja je korištena u ovom radu radi se o nekoliko savremenih knjiga i mnogo izvora sa samog interneta, dok su u praktičnom dijelu kao izvori korišteni konkretni rezultati koje su dali određeni internet alati u toku izrade ovog rada.