

## Sadržaj:

1. UVOD.....	5
2. POJMOVNO ODREĐENJE ETIKE.....	7
2.1. Pojam i predmet etike .....	7
3. POSLOVNA ETIKA U BANKAMA .....	7
3.1. Osnovne etičke norme zaposlenih u bankama .....	8
3.2. Komunikacija.....	8
3.3. Radne prostorije.....	9
3.4. Prijem stranaka .....	10
3.5. Lični izgled.....	10
3.6. Profesionalno ponašanje .....	11
3.7. Korupcija i sukob interesa .....	12
4. 4P BANKE.....	14
4.1. Proizvod i usluge.....	14
4.2. Cijena .....	15
4.3. Distribucija .....	16
4.4. Promocija .....	16
4.5. Promotivni miks banke .....	17
5. OGLAŠAVANJE BANKARSKIH PROIZVODA .....	17
5.1. Ciljevi i predmeti oglašavanja .....	18
5.2. Kanali ekonomske propaganda.....	19
5.2.1. Novine .....	19
5.2.2. Časopisi .....	20
5.2.3. E-časopisi.....	21
5.2.4. Radio .....	21
5.2.5. Televizija.....	22
5.2.6. Mobilni telefon .....	22
5.2.7. Internet .....	23
5.2.8. Sajmovi.....	23
5.2.9. Razglas.....	23
5.2.10. Propaganda putem pošte.....	24
5.2.11. Telefonski marketing .....	24
5.2.12. Novi (elektronski) mediji .....	24

5.3.	Sredstva ekonomske propagande .....	25
5.3.1.	Natpisi i oglasi.....	25
5.3.2.	Poslovno propagandna sredstva .....	27
5.3.3.	Direktna propagandna sredstva .....	27
5.3.4.	Reprezentativna propagandna sredstva .....	30
5.3.5.	Vanjska propagandna sredstva .....	31
5.3.6.	Svjetlosna propagandna sredstva.....	31
5.3.7.	Ostala propagandna sredstva – nagrade, vaučeri za poklon.....	32
6.	ETIKA U OGLAŠAVANJU BANKARSKIH PROIZVODA.....	32
6.1.	Relevantne vrijednosti pri oglašavanju bankarskih proizvoda .....	33
6.2.	Budžet.....	33
6.3.	Planiranje oglašavanja.....	35
6.4.	Istraživanje tržišta .....	35
6.5.	Kreativni koncept (primjer).....	36
6.6.	Zakupi medija i skiciranje media plana .....	37
6.7.	Analiza oglašavanja .....	38
6.8.	Kritike oglašavanja .....	38
6.9.	Etika ponašanja u odnosu sa klijentima i oglašavanjem bankarskih proizvoda .....	39
	ZAKLJUČAK.....	41
	LITERATURA .....	42