

# SADRŽAJ

1.	UVOD .....	5
1.1	Predmet i problem istraživanja .....	6
1.2	Ciljevi istraživanja .....	6
1.3	Osnovna hipoteza .....	7
1.4	Struktura rada .....	7
2.	EKONOMSKA PROPAGANDA .....	8
2.1.	Osnovni pojmovi .....	8
2.2	Strategije uspješne propagande .....	9
2.3	Tehnike propagande .....	10
2.4	Psihološke operacije (PSYOP) .....	11
2.5	Razlika između marketinga i propagande .....	11
2.5.1	Osnove marketinga .....	11
2.5.2	Osnove oglašavanja .....	11
2.5.3	Propaganda .....	12
2.5.4	Marketing i oglašavanje .....	12
2.5.5	Ekonomska propaganda i marketing u bankarstvu .....	13
3.	SAVREMENE BANKARSKE USLUGE .....	14
3.1.	Banke .....	14
3.2.	Značaj .....	15
3.3.	Rizik .....	15
3.4.	Zarada banke .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.	Bankovni sustav .....	16
3.6	Bankarske usluge (servisi) .....	17
4.1	Bankarski sektor .....	17
4.2	Bankarski servisi .....	18
4.2.1	Bankomati .....	19
4.2.2	Telefonsko bankarstvo .....	19
4.2.3	Internet bankarstvo .....	20
4.2.4	Smart (inteligentne) kartice .....	20
5	ULOGA BANKARSKOG OGLAŠAVANJA .....	22
5.1	Transformacijska promjena u sektoru financijskih usluga .....	23
5.2	Nedavni trendovi oglašavanja u financijskoj industriji i bankama .....	25
5.3	Oglašavanje u bankarskom sektoru .....	25
5.4	Potreba za bankovnim oglasima .....	26
5.4.1	Kvaliteta kao ključni čimbenik .....	26

5.4.2	Rastuće konkurencije .....	26
5.4.3	Tehnološki napredak .....	27
5.5	Marketing plan koji slijede financijske institucije.....	27
5.6	Uloga tehnologije u financijskoj industriji .....	28
5.7	Financijska inovacija .....	29
6	PODSTICANJA BANKARSKIH USLUGA POMOĆU PROPAGANDE U ADDIKO BANCI .....	31
6.1	Psihologija propagande.....	32
6.2	Ekonomska propaganda na primjeru Addiko banke.....	33
6.3	Primjer marketinga – propagande: krediti .....	35
6.4	Uloga propagande u bankarskom sektoru .....	37
	ZAKLJUČAK .....	38
	LITERATURA.....	40
	INTERNET IZVORI.....	40
	SPISAK SLIKA .....	40