

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. RAZVOJ DIGITALNOG MARKETINGA - MARKETING NA INTERNETU	7
2.1. Struktura poslovanja i novi poslovni modeli	8
2.2. Okviri za istraživanje digitalnih tržišta	10
2.3. Prediktori usvajanja i upotrebe online medija	11
2.4. Online oglašavanje i sticanje kupaca	12
2.5. Internet komunikacija	12
2.5.1. Odlike internet komunikacije	13
2.5.2. Internet i poslovna komunikacija	14
2.5.3. Prednosti i slabosti Interneta sa aspekta komunikacije	15
2.6. Modeli nastupa na internetu	16
2.6.1. Yellow pages model	17
2.6.2. Brochure model	18
2.6.3. Billboard model	18
2.6.4. Virtual Storefront model	19
2.6.5. E-commerce model nastupa na internetu	19
3. INTERNET I MARKETING	22
3.1. Internet kao medij poslovnog komuniciranja	22
3.2. Prednosti i ograničenja Internet komuniciranja i marketinga	24
3.3. Strategije internet marketinga	26
3.3.1. Oglašavanje	27
3.3.2. Promocija	27
3.3.3. Odnosi sa javnošću	28
3.3.4. Prodaja	28
3.4. Marketing na društvenim mrežama	28
3.4.1. Razvoj i uloga društvenih mreža	30
3.4.2. Društvene mreže i community management	30
3.4.3. Potencijali društvenih mreža u kontekstu gerila marketinga	31
3.4.4. Brend menadžment na društvenim mrežama	32
3.4.5. Targetiranje korisnika na društvenim mrežama – načini dolaska do klijenata	33

3.5.	Facebook.....	33
3.6.	Facebook kao komunikacioni kanal	33
3.7.	My Space	35
3.8.	Twitter.....	35
3.9.	LinkedIn.....	36
3.10.	Google+.....	36
3.11.	Društvene mreže i internet poslovanje	37
4.	ZAKLJUČAK	38
5.	LITERATURA.....	40