

## S A D R Ź A J

<b>SAŽETAK .....</b>	<b>5</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>5</b>
<b>1. UVOD .....</b>	<b>6</b>
1.1. Predmet i cilj rada .....	6
1.2. Metode izrade rada .....	6
1.3. Struktura rada .....	7
<b>2. MARKETING I SAVREMENO PREDUZEĆE .....</b>	<b>8</b>
2.1. Različite funkcije marketinga.....	9
2.2. Marketing miks preduzeća .....	11
2.2.2. Koncept 4C .....	12
2.3. Marketing putem Interneta.....	12
2.3.1. Internet marketinški plan .....	16
2.3.2. Izrada određenih strategija za upravljanje na društvenim mrežama .....	18
2.3.2.1. Društveno slušanje datih društvenih mreža i upravljanje sa online reputacijom .....	19
2.3.2.2. Strategija sadržaja .....	20
2.3.2.3. Komunikacijska strategija.....	21
2.3.2.4. Implementiranje samog marketinga na društvenim mrežama .....	21
2.3.2.5. Optimizacija .....	22
2.3.3. Zakoni marketinga putem Interneta .....	23
2.3.3.1. Zakon slušanja.....	23
2.3.3.2. Zakon pažnje.....	23
2.3.3.3. Zakon kvaliteta .....	24
2.3.3.4. Zakon strpljenja.....	24
2.3.3.5. Zakon složenosti.....	24
2.3.3.6. Zakon uticaja.....	24

2.3.3.7. <i>Zakon vrijednosti</i> .....	25
2.3.3.8. <i>Zakon priznanja</i> .....	25
2.3.3.9. <i>Zakon dostupnosti</i> .....	25
2.3.3.10. <i>Zakon reciprociteta</i> .....	26
3. DRUŠTVENE MREŽE I KOMUNIKACIJA .....	27
3.1. Prednosti marketinga na društvenim mrežama .....	27
3.2. Nedostaci marketinga na društvenim mrežama .....	29
4. ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U MARKETINGU PREDUZEĆA .....	32
4.1. Uloga društvenih mreža na primjeru brenda “DOVE” .....	32
4.1.1. Prisutnost na društvenim mrežama .....	33
4.1.2. DOVE kampanja i strategija korištenja društvenih mreža .....	36
4.2.3. Kritički osvrt i preporuke .....	39
ZAKLJUČAK .....	40
LITERATURA .....	41
POPIS ILUSTRACIJA .....	42