

SADRŽAJ

1. UVOD.....	2
1.1. Predmet problema istraživanja.....	2
1.2. Cilj istraživanja	3
1.3. Osnovna hipoteza.....	3
1.4. Metode istraživanja.....	3
1.5. Struktura rada.....	3
2. POJAM, ULOGA I ZNAČAJ ETIKE U PROMOCIJI	4
2.1. Mjesto etike u poslovanju	4
2.2. Poslovna etika u komunikaciji kao osnova dobre promocije.....	6
2.3. Opšti etički principi promotivnih aktivnosti	8
2.4. Etika u promociji namjenjenoj djeci	13
2.5. Etika u promociji hrane i bezalkoholnih pića	14
2.6. Etika u marketing istraživanju	14
3. ZASTUPLJENOST PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI NA INTERNETU	16
3.1. Primjena Interneta u poslovnom svijetu	16
3.2. Pokretači promjene marketing komunikacije	16
3.3. Integralno marketing komuniciranje.....	18
3.4. Definisanje i karakteristike Internet marketinga.....	21
3.5. Istraživanje marketinga na Internetu.....	26
3.6. Prednosti Internet marketinga	31
4. ETIČNOST PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI NA INTERNETU NA PRIMJERU ERSTE BANKE.....	33
ZAKLJUČAK.....	43
LITERATURA	44