

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| UVOD | 4 |
| POJAM I VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA | 6 |
| 2.1. Vrste društvenih mreža | 8 |
| 2.1.1. Facebook | 8 |
| 2.1.2. Instagram | 9 |
| 2.1.3. Twitter | 10 |
| 2.1.4. Youtube | 12 |
| 2.1.5. Pinterest | 13 |
| 2.1.6. LinkedIn | 14 |
| 2.1.7. Reddit | 16 |
| 2.2. Kako funkcioniše društveno umrežavanje | 18 |
| 2.2.1. Korisnici društvenih mreža | 18 |
| 2.3. Dodatna razmatranja društvenih mreža | 19 |
| 2.4. Prednosti i nedostaci društvenih mreža | 19 |
| 2.4.1. Prednosti društvenih mreža | 19 |
| 2.4.2. Nedostaci društvenih mreža | 20 |
| 2.5. Trendovi na društvenim mrežama | 21 |
| KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA U BANKARSKOM SEKTORU | 23 |
| 3.1. Komuniciranje banaka sa klijentima putem društvenih medija | 23 |
| 3.1.1. Primjer banaka u Bosni i Hercegovini koje su aktivne na društvenim mrežama | 24 |
| 3.2. Prednosti društvenih mreža za banke | 28 |
| ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U VRIJEME PANDEMIJE COVID 19 | 30 |
| 4.1. Ugroženost bankarskog sistema u Bosni i Hercegovini u vrijeme pandemije Covid 19 | 30 |
| 4.2. Preporuke za aktivnosti na društvenim medijima u toku pandemije | 32 |
| 4.3. Smjernice za marketing na društvenim mrežama u periodu trajanja pandemije Covid 19 i nakon nje | 34 |
| ZAKLJUČAK | 37 |
| LITERATURA I IZVORI | 39 |
| POPIS ILUSTRACIJA | 42 |