

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
1.1. Cilj i predmet rada.....	4
1.2. Hipoteze rada.....	4
1.3. Metode korištene u radu.....	4
2. DETERMINISANJE MARKETINGA.....	5
2.1. Definisanje i nastanak marketinga.....	5
2.2. Ciljevi i značaj marketinga u kompanijama.....	7
2.3. Uspješni marketing.....	8
2.4. Marketing i tržište.....	9
3. KREATIVNI MARKETING I GERILA MARKETING.....	13
3.1. Kreativni marketing u teoriji.....	13
3.2. Kreativni marketing u praksi kroz primjere.....	14
3.3. Gerilski marketing kao oblik kreativnosti.....	18
3.4. Gerilski marketing na primjerima poznatih brendova.....	21
3.5. Gerila marketing u cilju uspješnosti pozicioniranja kompanije.....	28
4. GERILA MARKETING I POTROŠAČI.....	29
4.1. Gerila marketing i percepcija potrošača.....	29
4.2. Gerila marketing na društvenim mrežama.....	30
4.3. Tržište i gerila marketing.....	31
4.4. Prednosti i nedostaci gerila marketinga.....	32
5. ZAKLJUČAK.....	35
6. LITERATURA.....	36
7. BIOGRAFIJA KANDIDATA.....	37
8. POPIS SLIKA.....	38