

## **SADRŽAJ:**

<b>1. UVOD</b>	4
<b>2. POJAM I BITNA OBILJEŽJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG MARKETINGA</b>	7
2.1. Definisanje marketing menadžmenta	7
2.2. Šta je društvena odgovornost u marketingu?	13
<b>3. MARKETING U BANKARSTVU</b>	17
3.1. Problem sa tradicionalnim strategijama	18
Ne bi bilo fer reći da su tradicionalne strategije postale potpuno beskorisne. Bez obzira na tehnološka dostignuća, bilbordi, novinski oglasi i vizit karte uvijek će biti tu da služe svrsi neće nestati preko noći.	18
3.2. Prednosti digitalnog marketinga	18
3.3. Uspješne marketinške strategije u bankarstvu	19
<b>4. PRIMJENA DRUŠTVENO ODGOVORNOG MARKETINGA U BANKARSKOM SEKTORU</b>	22
3.1. Korporativna društvena odgovornost - primjeri banaka u Bosni i Hercegovini	26
3.1.1. Intesa Sanpaolo Bank	29
3.1.2. Addiko Bank	30
3.1.3. Raiffeisen Bank BiH	31
3.1.4. UniCredit Banka	32
<b>ZAKLJUČAK</b>	35
<b>LITERATURA I IZVORI</b>	37
<b>POPIS ILUSTRACIJA</b>	38