

SADRŽAJ

1. UVOD	4
2.ŠTA JE VIZUELNI IDENTITET?	5
2.1. Vizuelni identitet ili brendiranje?	6
2. DEFINISANJE LIČNOSTI BRENDIA?	7
3.1. Elementi dobrog vizuelnog identiteta	8
3.1.1. Paleta boja.....	8
3.1.2. Tipografija.....	8
3.1.3. Grafika	9
3.1.4. Slike	10
3.1.5. Fizička sredstva.....	10
3.1.6. Logo	10
3.1.7. Web stranica i prisustvo na mreži	11
3.1.8. Reklamna sredstv	11
4. STVARANJE SNAŽNOG VIZUELNOG IDENTITET	12
5. DIGITALNI VIZUELNI IDENTITET	16
5.1. Primjena vizuelnog identiteta na marketing.....	16
5.2. Primjena vizuelnog identiteta na složene korisničke interfejs	17
5.2.1. Šta je sistem za upravljanje sadržajem (CMS)?.....	17
5.2.2. Optimizacija za pretraživače (SEO).....	18
5.2.3. Anatomija rezultata pretraživanja	20
5.3. Digitalni kanali prodaje?.....	21
5.3.1. Prednosti digitalnih kanala prodaje:.....	21
5.3.2. Najvažniji digitalni kanala prodaje	22
5.3.3. Vrste e-trgovine.....	23
5.3.4. Prednosti i nedostaci internetskog tržišta.....	24
5.3.5. Pokretanje digitalnog prodajnog kanala.....	25
5.3.6. Društvena trgovina.....	26
5.4. Društvene mreže?.....	27
5.4.1. Kako su se razvijale društvene mreže?	28
5.4.2. Prednosti društvenih mreža.....	30
5.4.3. Marketing na društvenim mrežama?.....	30
5.4.4. Koje su najveće društvene mreže?	30
5.4.5. Važnost društvenih mreža za poslovanje	32
5.5. Digitalni video	33
5.5.1. Kako se vrši konverzija?	33

5.5.2.	Šta je digitalna video kompresija?	34
5.5.3.	Youtube.....	34
6.	VJEŠTAČKA INTELIGENCIJA U KREIRANJU VIZUELNOG IDENTITETA.....	36
7.	DIGITALNI VIZUELNI IDENTITET RAZVOJ I BUDUČNOST	37
8.	ZAKLJUČAK	41
	Literatura.....	42
	Popis slika	43