

Sadržaj

Sadržaj.....	2
UVOD.....	3
POSLOVNO KORISTENJE INTERNETA.....	4
1.EKONOMSKA PROPAGANDA KAO OBLIK PROMOCIJE,NJENO MJESTO I OSNOVNE KARAKTERISTIKE.....	5
1.1.Uloga,znacaj i definiranje ekonomske propagande.....	5
1.2.Utvrdjivanje ciljeva ekonomske propagande.....	6
1.3.Utvrdjivanje propagandnog budzeta,kreiranje propagandne poruke i izbor medija.....	7
2.PROIZVOD KROZ PRIZMU NJEGOVOG ZIVOTNOG VIJEKA.....	10
2.1.Koncepcija zivotnog ciklusa proizvoda.....	10
2.1.1.Faza uvođenja.....	11
2.1.2.Faza rasta.....	12
2.1.3.Faza zrelosti.....	12
2.1.4.Faza opadanja.....	13
3.PRIMJENA EKONOMSKE PROPAGANDE U POJEDINOJ FAZI ZIVOTNOG CIKLUSA.....	14
3.1.Ekonomska propaganda u fazi uvođenja.....	14
3.2.Ekonomska propaganda u fazi rasta.....	15
3.3.Ekonomska propaganda u fazi zrelosti.....	15
3.4.Ekonomska propaganda u fazi opadanja.....	16
4.STUDIJ SLUCAJEVA L'OREAL.....	17
4.1.Kratak opis komunikacije korporacije PROCTER and Gamble,osnovni komunikacijski apel i analiza osnove tog apela.....	17
4.2.Opća obilježja oglasa.....	18
4.3.Analiza oglasa L OREAL.....	22
5.ZAKLJUCAK.....	23
LITERATURA.....	24