

SADRŽAJ

1. POVIJESNI RAZVOJ MARKETINGA.....	1
2. OSNOVE MARKETINGA	27
3. DIREKTNI MARKETING.....	43
4. UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA – CRM.....	59
5. VELIKI PODATCI (BIG DATA)	81
6. UMJETNA INTELIGENCIJA U MARKETINGU.....	149
7. INTERNET STVARI I MARKETING	201
8. BLOCKCHAIN	217
9. VIRTUALNA I PROŠIRENA STVARNOST U MARKETINGU.....	229
10. DIGITALNI MARKETING – POJAM I DEFINICIJA DIGITALNOG MARKETINGA, STRATEŠKO PLANIRANJE U DIGITALNOM MARKETINGU.....	249
11. DIGITALNI MARKETING – OKRUŽENJE DIGITALNOG MARKETINGA	277
12. DIGITALNI MARKETING – PONAŠANJE POTROŠAČA.....	293
13. DIGITALNI MARKETING – ISTRAŽIVANJE ONLINE TRŽIŠTA	309
14. DIGITALNI MARKETING – SEGMENTIRANJE, CILJANJE I POZICIONIRANJE	345
15. MARKETING PUTEM TRAŽILICA – SEM	369
16. SADRŽAJNI MARKETING.....	403
17. ONLINE ODNOSI S JAVNOŠĆU.....	431
18. MARKETING USMENOM PREDAJOM.....	455
19. MARKETING NA DRUŠTVNIM MREŽAMA	481
20. MARKETING NA NAJPOPULARNIJIM DRUŠTVENIM MREŽAMA	507
21. MARKETING PUTEM ELEKTRONIČKE POŠTE	545
22. MOBILNI MARKETING.....	569

SADRŽAJ

1. POVIJESNI RAZVOJ MARKETINGA.....	1
1.1. Industrijske revolucije.....	4
1.2. Marketinška evolucija	8
1.2.1. Marketing 1.0	9
1.2.2. Marketing 2.0	11
1.2.3. Marketing 3.0	14
1.2.4. Marketing 4.0	18
1.2.5. Marketing 5.0	19
2. OSNOVE MARKETINGA.....	27
2.1. Pojmovno određenje marketinga.....	29
2.2. Transformacija marketinga.....	33
2.3. Uloga informacija u marketingu	35
3. DIREKTNI MARKETING	43
3.1. Pojmovno definiranje direktnog marketinga.....	45
3.2. Oblici djelovanja direktnog marketinga.....	48
3.2.1. Tradicionalni direktni marketing.....	48
3.2.2. Direktni digitalni marketing	55
4. UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA – CRM.....	59
4.1. Upravljanje odnosima s kupcima – CRM	61
4.1.1. Strateški CRM.....	64
4.1.2. Operativni CRM.....	69
4.1.3. Analitički CRM	70
4.1.4. Društveni CRM	71
4.2. CRM i veliki podatci	73
4.3. CRM i umjetna inteligencija	75
4.4. CRM i Internet stvari (IoT)	76
5. VELIKI PODATCI (BIG DATA)	81
5.1. Definiranje velikih podataka	83
5.2. Vrste podataka	90
5.3. Analiza podataka	93
5.3.1. Analiza teksta	95
5.3.2. Analiza govora	99

5.3.3. Analiza videosadržaja	100
5.4. Vizualizacija podataka.....	100
5.3.4. Infografika	103
5.5. Privatnost i veliki podatci.....	105
5.6. Etičnost i veliki podatci.....	106
5.7. Veliki podatci u marketingu	108
5.7.1. Istraživanje tržišta	108
5.7.2. Segmentacija i personalizacija	111
5.7.3. Marketinški miks (splet)	114
5.7.3.1. Proizvod	116
5.7.3.2. Cijena	118
5.7.3.3. Mjesto (distribucija).....	123
5.7.3.4. Promocija (marketinška komunikacija)	125
5.7.3.5. Proces.....	133
5.7.3.6. Ljudi i fizičko okruženje	140
6. <i>UMJETNA INTELIGENCIJA U MARKETINGU</i>	149
6.1. Umjetna inteligencija i marketing	151
6.2. Pojam i razvoj umjetne inteligencije.....	152
6.3. Umjetna inteligencija vs. strojno učenje	155
6.4. Strojno učenje.....	158
6.4.1. Algoritmi	159
6.4.2. Vrste strojnog učenja.....	161
6.4.2.1. Nadzirano učenje	163
6.4.2.1.1. Klasifikacijski algoritmi.....	162
6.4.2.1.2. Regresijski algoritmi.....	174
6.4.2.2. Nenadzirano učenje.....	178
6.4.2.3. Podržano učenje.....	187
6.5. Chatbot – robot za čavrljanje	189
6.5.1. Primjena chatbotova u marketingu.....	194
7. <i>INTERNET STVARI I MARKETING</i>	201
7.1. Internet stvari.....	203
7.2. Internet stvari i marketing stvari	208
7.3. Privatnost i Internet stvari	211
8. <i>BLOCKCHAIN</i>	217

8.1. Pojam i definicija blockchaina	219
8.2. Primjeri korištenja blockchain tehnologije	220
9. VIRTUALNA I PROŠIRENA STVARNOST U MARKETINGU	229
9.1. Definicija proširene i virtualne stvarnosti	231
9.1.1. Proširena stvarnost.....	231
9.1.2. Virtualna stvarnost	234
9.2. Virtualna stvarnost i veliki podatci.....	236
9.3. Proširena stvarnost u marketingu	236
9.4. Virtualna stvarnost u marketingu	242
10. DIGITALNI MARKETING – POJAM I DEFINICIJA DIGITALNOG MARKETINGA, STRATEŠKO PLANIRANJE U DIGITALNOM MARKETINGU.....	249
10.1. Pojam i definicija digitalnog marketinga.....	251
10.2. Strateško planiranje u digitalnom marketingu.....	253
10.2.1. SOSTAC model – Analiza situacije	255
10.2.2. SOSTAC model – Ciljevi	264
10.2.3. SOSTAC model – Strategija.....	267
10.2.4. SOSTAC model – Taktike	270
10.2.5. SOSTAC model – Djelovanje/Akcija.....	271
10.2.6. SOSTAC model – Kontrola.....	272
11. DIGITALNI MARKETING – OKRUŽENJE DIGITALNOG MARKETINGA.....	277
11.1.Okruženje digitalnog marketinga	279
11.1.1. Mikrookruženje digitalnog marketinga	279
11.1.2. Makrookruženje.....	283
12. DIGITALNI MARKETING – PONAŠANJE POTROŠAČA	293
12.1. Ponašanje potrošača.....	295
12.1.1. Korisničko iskustvo/putovanje	302
13. DIGITALNI MARKETING – ISTRAŽIVANJE ONLINE TRŽIŠTA	309
13.1. Istraživanje online tržišta.....	311
13.1.1. Proces online istraživanja tržišta	312
13.1.2. Mrežna analitika	315
13.1.3. Metode kvalitativnog istraživanja	326
13.2. Uzorci i uzorkovanje.....	332
13.2.1. Osnove uzorkovanja	332
13.2.2. Uzorkovanje u internetskim istraživanjima.....	334

13.3. Mjerni instrument – upitnik	337
13.3.1. Ljestvice mjerena pojava.....	339
14. DIGITALNI MARKETING – SEGMENTIRANJE, CILJANJE I POZICIONIRANJE	345
14.1. Segmentacija tržišta	347
14.1.1. Idealni kupac (engl. <i>buyer persona</i>).....	352
14.2. Ciljanje (targetiranje) korisnika	354
14.2.1. Povratno ciljanje (engl. <i>retargeting, remarketing</i>)	356
14.3. Pozicioniranje na tržištu.....	358
15. MARKETING PUTEM TRAŽILICA – SEM	369
15.1. Neplaćeni oblik oglašavanja	371
15.1.1. Optimizacija internetskih stranica – SEO	371
15.1.1.1. Rad internetske tražilice	373
15.1.1.2. Unutarnja optimizacija internetskih stranica.....	376
15.1.1.3. Vanjska optimizacija (engl. <i>off-site SEO</i>)	387
15.2. Plaćeno oglašavanje	389
15.2.1. Google oglašavanje	390
15.2.1.1. Google pretraživačka mreža.....	390
15.2.1.2. Google prikazivačka mreža (engl. <i>display network</i>)	395
16. SADRŽAJNI MARKETING	403
16.1. Pojmovo definiranje sadržajnog marketinga.....	405
16.2. Strategija sadržajnog marketinga.....	407
16.3. Vrste medija ili načini distribucije sadržaja	416
16.4. Vrste sadržaja	420
17. ONLINE ODNOŠI S JAVNOŠĆU	431
17.1. Online odnosi s javnošću	433
17.2. Influencerski marketing	436
17.2.1. Kada koristiti influencere?.....	440
17.2.2. Strategija influencerskog marketinga	442
18. MARKETING USMENOM PREDAJOM	455
18.1. Marketing usmenom predajom	457
18.1.1. Vrste osobne predaje	461
18.1.1.1. Marketing žamora	463
18.1.1.2. Virusni marketing (engl. <i>viral marketing</i>)	467
18.1.1.3. Marketing u zajednici (engl. <i>community marketing</i>)	470

18.1.1.4. Blog i blogging.....	471
18.1.1.5. Program preporuka.....	475
19. MARKETING NA DRUŠTVNIM MREŽAMA	481
19.1. Društveni mediji	483
19.2. Značaj društvenih mreža u poslovanju	488
19.3. Strateško planiranje marketinga na društvenim mrežama	493
20. MARKETING NA NAJPOPULARNIJIM DRUŠTVENIM MREŽAMA	507
20.1. Marketing na Facebooku (Meta).....	509
20.2. Marketing na Twitteru.....	514
20.3. Marketing na LinkedInu	520
20.4. Marketing na YouTubeu.....	523
20.5. Marketing na TikToku.....	529
20.6. Marketing na Instagramu	535
21. MARKETING PUTEM ELEKTRONIČKE POŠTE	545
21.1. Osnove marketinga putem elektroničke pošte	547
21.2. Upravljanje marketinškom kampanjom putem e-pošte	550
22. MOBILNI MARKETING	569
22.1. Osnove mobilnog marketinga.....	571
22.2. Izgradnja strategije mobilnog marketinga	574
22.3. Kanali mobilnog marketinga	575
22.3.1. SMS marketing.....	575
22.3.1.1. Tipovi SMS komunikacije	579
22.3.1.2. Pokazatelji uspješnosti SMS kampanje.....	580
22.3.2. MMS marketing	583
22.3.3. Marketing putem mobilnih aplikacija	584
22.3.3.1. Poruke unutar aplikacije.....	590
22.3.3.2. Oglasavanje unutar aplikacije	592
22.3.3.2.1. Tipovi oglasa.....	593
22.3.3.2.2. Modeli plaćanja.....	594
22.3.3.3. Mjerenje uspješnosti marketinga putem mobilnih aplikacija.....	596
22.3.4. Lokacijski mobilni marketing	599