

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Internet marketing". Rad ima 14 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Visoka poslovna škola za ekonomiju

i preduzetništvo

Beograd

Seminarski rad

Predmet: elektronsko poslovanje

Internet marketing

Beograd, 2010.

Sadržaj

UVoD 2

1. novo doba elektronskog marketinga 3

2. Internet marketing 5

2.1. Pojam internet marketinga 5

2.2. Oglašavanje kao osnova online marketinga 5

2.3. Integralni internet marketing 7

3. STRATEGIJE INTERNET MARKETINGA . 9

3.1. Taktike Internet marketinga10

4. ŠTA NE TREBA DA RADITE10

ZAKLJUČAK 13

Literatura 14

Uvod

Elektronski marketing (e-marketing) predstavlja sve online ili elektronski bazirane aktivnosti koje omogućavaju proizvođačima roba i usluga da zadovolje potrebe i želje svojih kupaca na brz i efikasan način. Umesto elektronski marketing, sve češće se koristi termin digitalni marketing.

Razvoj Interneta, a posebno Web-a omogućio je znatno smanjenje troškova marketinga, njegov globalni domet, korišćenje multimedija i poboljšanje komunikacije sa kupcima. Na neki način gotovo sve na Internetu je marketing. Stvorene su nove mogućnosti istraživanja tržišta, novi modeli elektronskog marketinga i poboljšana podrška odlučivanju kupaca. Osim što svi Web sajtovi imaju manje-više marketinšku funkciju, na Internetu postoje i sasvim konkretne mogućnosti za oglašavanje i promociju.

Konkurencija među kanalima prodaje postaje sve žešća. Smatramo da će elektronski kanali nadmašiti maloprodajne kanale.

Nova forma marketinga usmerena je na individualiziranog internet potrošača putem neposredne interakcije. Marketing komuniciranje se adaptira promenama diktiranim iz okruženja i zahtevima novog segmenta internet potrošača. Umesto masovnog marketinga na internetu nastaje marketing mase individua, a oglašavanje se transformiše u izbor informacija.

Novo područje marketinga sa istom suštinom su pojmovi online marketing, internet marketing, marketing na internetu. Najčešće se definiše kao zadovoljenje potreba i zahteva potrošača za informacijama, proizvodima ili uslugama, uz adekvatnu finansijsku nadoknadu.

Principi i metodi online marketinga potiču od tradicionalnog marketinga a osnovna razlika rezultira u interaktivnosti. Naime, subjekti na strani potrošnje i ponude realizuju dvosmerno komuniciranje. Prodavac bilo kada i bilo gde može da stigne do potrošača: na radnom mestu, kod kuće i sl, kao što i potrošač ima daleko veće mogućnosti za kontaktiranje prodavca.

1. novo doba elektronskog marketinga

Marketing je početkom 21 veka potpuno izmenjen. Tržišta i marketing posluju na sasvim drugačijim principima u odnosu na prethodni vek. Naslednica industrijske revolucije, informaciona ekonomija, će prodrati u sve aspekte svakodnevnog života i promeniti ih. Digitalna revolucija nam je već iz osnove promenila poimanja prostora, vremena i materije. Preduzeće ne mora da zauzima mnogo prostora; može biti virtuelno i nalaziti se bilo gde. Poruke se mogu istovremeno i slati i primiti. A predmeti kao što su knjige, muzika i film se mogu transportovati u obliku "bitova" a ne samo u materijalnom obliku.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com