

S A D R Ž A J

Stranica

UVOD.....	3
INTERNET	4
2.1.KAKO „OGLAŠAVATI“ POMOĆU „TRAŽILICA“?.....	5
3. E-MARKETING.....	6
3.1.SREDSTVA INERNET MARKETINGA.....	7
3.1.1.PRIČA O AMAZONU.....	8
3.2.PREDNOSTI I NEDOSTACI POSLOVANJA PREKO NETA.....	9
3.3.“E” SE ISPUŠTA IZ E-MARKETINGA.....	10
4.ZAKLJUČAK.....	11
Grafik 1. Nivo orjentisanosti ka e-poslovanju.....	11
5.LITERATURA.....	12

UVOD

Prezentiranje na Internetu predstavlja reklamu koja ima bitne razlike u svim njenim segmentima u odnosu na standardno reklamiranje.

Pretraživanje na Internetu predstavlja ispomoc prezentiranju u slučaju postojanja Vaše prezentacije. Kako je Internet marketing nova oblast u savremenim sistemima komunikacije i u marketingu uopšte, postoje mnoge zablude i čine se mnoge greske u predstavljanju kompanija, proizvoda i usluga na Internetu.

Svakim danom sve više, polako ali sigurno, različite privatne i državne firme, obrtnici i organizacije počinju sa svojim Internet prisustvom na način koji ne podrazumijeva samo predstavljanje proizvodnog programa, sa eventualnim cjenovnikom i kontaktima, već i kompletno osmišljenu prezentaciju koja je napravljena za osobu koja dolazi na njihove Internet stranice.

Internet marketing ne završava izradom jedne web stranice i njenim prijavljivanjem na jedan ili nekoliko pretraživača. Marketing nije davanje nekoliko oglasa u lokalni oglasnik.

Marketing zahtijeva kontinuiranu analizu, istraživanje, planiranje i praćenje rezultata korištenjem standardnih i alternativnih metoda.

Online marketing je oblik direktnog marketinga koji se provodi posredstvom interaktivnih online kompjuterskih sistema koji elektronskim putem povezuju kupce sa prodavcima. Postoje dvije osnovne vrste online marketing kanala:

Komercijalni online servisi;

Internet.

U narednom izlaganju ću se osvrnuti samo na Internet.

INTERNET

Internet je globalna mreža od nekoliko desetina hiljada kompjutera povezanih tako da stvaraju trenutnu i decentralizovanu mogućnost globalnog komuniciranja. Prvobitno uspostavljen da omogući istraživačku i obrazovnu razmjenu, internet je danas dostupan mnogo širem auditoriju. On obuhvata milione privrednih, vladinih, organizacijskih i privatnih mreža. Mnogi od kompjutera u tim mrežama sadrže datoteke, poput web stranica, kojima mogu pristupiti ostali umreženi kompjuteri. Svaki kompjuter, mobilni telefon ili drugi umreženi uređaj može slati i primiti podatke putem Interneta u formi elektronske pošte ili datoteke. Ti podaci se kreću putem telefonskih linija, kablova i satelita od pošiljaoca do primaoca. Jedan način da se shvati ovaj proces je taj da Internet ima tri tehničke uloge: (1) davaoci sadržaja u cilju stvaranja informacija, zabavnih sadržaja, i tako dalje, koji su locirani na kompjuterima s mrežnim pristupom, (2) korisnici (takođe poznati kao klijentski kompjuteri), koji pristupaju sadržaju i šalju elektronsku poštu idruge podatke putem mreže, te (3) tehnološka infrastruktura za pokretanje, stvaranje i gledanje ili slušanje sadržaja (softver i hardver). Naglašava se da i pojedinci mogu biti korisnici i davaoci sadržaja, zavisno od vremena. Tri važne vrste mreža formiraju dio Interneta:

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com