

P R E D G O V O R

Sveučilišni udžbenik *Marketing – od papirusa do chatbota* predstavlja opsežno djelo kojim se željelo zaokružiti danas aktualno i vrlo dinamično područje digitalnog marketinga. Konceptijski je fokusirano na primjenu novih tehnologija u marketingu i nastoji u tom kontekstu pojasniti transformaciju dosadašnjeg tzv. tradicionalnog marketinga u digitalni. U tu je svrhu sadržaj oblikovan na način da pokriva tri osnovna međusobno povezana područja. Prvo uključuje osnove marketinga, direktni marketing i CRM, drugo digitalni marketing, a treće primjenu novih tehnologija u marketingu.

Ovakvom koncepcijom udžbenika nastojalo se, s obzirom na različita marketinška predznanja, studentima kolegija Digitalni marketing omogućiti uvid u cjelokupnu marketinšku teoriju nužnu za lakše razumijevanje digitalnog marketinga i svih njegovih oblika i aktivnosti djelovanja. Studentima ostalih marketinških kolegija udžbenik će omogućiti kvalitetnu nadogradnju dosadašnjih znanja.

Nove tehnologije radikalno mijenjaju život ljudi i dosadašnje marketinške paradigme, što se i odabirom naslova ovog djela željelo naglasiti. Veliki podatci, umjetna inteligencija, Internet stvari, virtualna i proširena stvarnost, Blockchain... tehnologije su od izrazite važnosti i za marketing te bez njihovog pojašnjenja i stavljanja u kontekst daljnjeg razvoja marketinga ovo djelo ne bi bilo potpuno. Poseban naglasak daje se velikim podacima i umjetnoj inteligenciji kao predvodnicima u kreiranju novih poslovnih i marketinških modela.

Kako bi se osigurala aktualnost sadržaja u pripremi rukopisa korištena je relevantna domaća i strana literatura te znanstveni i stručni radovi domaćih i stranih autora novijeg datuma. U kontaktima i razgovorima s nizom relevantnih tvrtki na području pružanja internetskih usluga i usluga digitalnog marketinga provjeravala se aktualnost sadržaja te inicirale sugestije i prijedlozi kako bi se materija što bolje oblikovala i na razumljiv način prezentirala.

S obzirom na koncept ovog sveučilišnog udžbenika uvjeren sam kako će biti od koristi i studentima i stručnjacima, ali i nastavnicima koji u svom radu više ili manje dodiruju ovu temu. Za sve ostale koje zanima još donekle tajnovit svijet digitalnog marketinga i praktične primjene novih tehnologija u marketingu ovaj udžbenik može biti zanimljivo i poučno štivo.

U Varaždinu, travanj 2023.

prof. dr. sc. Damir Dobrinić