

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. H&M-OV GAF SA DUKSERICOM.....	2
3. HEINKENOV SLOGAN “ THE LIGHTER IS BETTER”.....	3
4. D&G (Dolce Gabanna).....	3
5. COCA COLA.....	4
5.1. Zanimljivosti o Coca Coli.....	4
6. MCDONALD’S.....	6
7. DIREKTNA BANKA.....	7
8. NAČIN PRIKAZIVANJA ŽENA U OGLAŠAVANJU.....	8
9. COCA COLA I FAIRLIFE MLEKO.....	8
10. BMW KAMPANJA “ULTIMATIVNA PRIVLAČNOST”.....	9
11. VODAVODA.....	10
12. ZAKLJUČAK.....	11
13. LITERATURA.....	11

1. UVOD

Pojam etika se može definisati na više načina. Jedna od definicija je da etika podrazumeva skup ponašanja u društvu, odnosno da ona obuhvata skup normi i vrednosti kojih se treba pridržavati.

Poslovna etika obuhvata sa druge strane skup moralnih normi koje važe isključivo u poslovnim odnosima. Možemo reći da se poslovnom etikom regulišu odnosi u organizaciji, kao i odnosi organizacije sa okruženjem.

Privredna propaganda je jedan od najkritikovanijih delova marketing komuniciranja, neke od glavnih kritika odnose se na poruke koje mogu biti neistinite ali i na ubeđivački karakter poruka.

Predmet našeg istraživanja jesu primeri narušavanja etike u oglašavanju svetskih i domaćih kompanija.