

# Reklame na društvenim mrežama

Seminarski rad u okviru kursa  
Tehničko i naučno pisanje  
Matematički fakultet

Natalija Pavličević (pavlicevicnatalija@gmail.com)

Teodora Maksimović (teamax18@gmail.com)

Branka Marković (bakymarkovic@gmail.com)

Mihailo Damnjanović (mihailo.damnjanovic@gmail.com)

15. novembar 2022.

## Sažetak

Ovo je apstrakt za ovaj seminarski rad.

## Sadržaj

<b>1</b>	<b>Prikupljanje podataka korisnika</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Misljenje korisnika o reklamama na internetu</b>	<b>2</b>
2.1	Da li korisnici veruju reklamama na internetu? . . . . .	2
2.2	Koliko često korisnici klikcu na reklame? . . . . .	2
<b>3</b>	<b>Doprinos od reklama</b>	<b>3</b>
3.1	Da li se treba reklamirati? . . . . .	3

# 1 Prikupljanje podataka korisnika

Oglašivači sve više koriste personalizovano reklamiranje koje je prilagođeno potrošačima na osnovu podataka koji se tiču njihovih preferencija i ponašanja, a koje dobijaju prikupljanjem njihovih ličnih podataka. Ciljano reklamiranje je sve veća oblast interesovanja za i poslovne i istraživačke zajednice. Reklame u mobilnim uslugama i oglasi u aplikaciji predstavljaju oblast rasta u nastajanju, u kojoj ciljano reklamiranje postaje sve važniji izvor prihoda i za oglašivače i za reklamne kompanije. Ciljano reklamiranje se zasniva na analitici velikih podataka, gde lični podaci korisnika se prikupljaju i obrađuju za svrhe profilisanja i ciljanja.

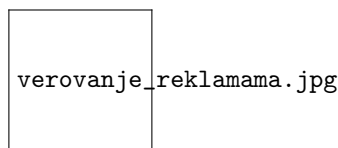
# 2 Misljenje korisnika o reklamama na internetu

Kroz istraživanje o misljenju korisnika za reklame na internetu, dosli smo do zaključka da se misljenja razlikuju i da ima korisnika kojima smetaju reklame, a ima i onih koji vole da kliknu i vide šta im se ponudi u reklamama. Same reklame korisnicima mogu da smetaju prilikom korišćenja nekih aplikacija ili gledanja filmova, kao i na youtube-u dok slušaju muziku jer reklame samo iskaku. To korisnicima kvare događaj i oni samo preskaku te reklame. Međutim, naravno da ima korisnika i koji vole kad im iskaci neka reklama, narocito ako se oni u tom trenutku trage za tim proizvodima koji se reklamiraju, oni kliknu na reklame.

## 2.1 Da li korisnici veruju reklamama na internetu?

Dosta korisnika veruje reklamama na internetu ali samo onim koji su provereni ili se pronalaze u njima. Naravno ima odredjeni broj korisnika koji ne veruje reklamama i oni misle da su te reklame samo prevare koje privlace korisnike da kupe proizvode koji nisu tako dobri kao na reklama. U nastavku mozete videti sliku 1 koliko procenata veruje, a koliko ne.

`\usepackage{graphicx}`



Slika 1: verovanje reklamama

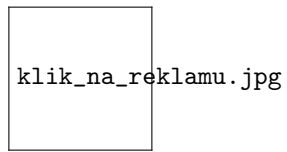
Ovo istraživanje izvršeno je od strane Social Serbia 2020.

## 2.2 Koliko cesto korisnici kliknu na reklame?

Zanimljiva cinjenica kod ovoga jeste to da je veci procenat muskaraca koji cesto kliknu na reklame nego zena. u nastavku mozete videti sliku 2 koliko cesto korisnici kliknu na reklame.

`\usepackage{graphicx}`

Takodje i ovo istraživanje izvršeno je od strane Social Serbia 2022.



Slika 2:  $\text{klik}_n a_r \text{eklamu}$

### 3 Doprinos od reklama

#### 3.1 Da li se treba reklamirati?