



# Institut za *Neuromarketing*

## UPUTE ZA AUTORE

Donosimo Vam neke smjernice koje će Vam pomoći u pisanju i strukturiranju Vašeg bloga, kako bi bio pristupačniji i od veće važnosti za naše čitatelje.

### *Strukturiranje objava na blogu*

Dobro strukturirane objave na blogu privući će pažnju čitatelja i navesti ih da požele pročitati ono što im želite reći. To im možete omogućiti sljedeći ove naputke:

- dajte naslov objavama na blogu koji će privući pogled čitatelja. To je prva stvar koju vide i pomoći će im odlučiti je li im objava od koristi.
- Glavnu misao navedite u prvom paragrafu. To je prva stvar koju čitatelji vide i koja će ih potaknuti da nastave čitati.
- Detalje ubacite u sljedeće paragrafe Vaše objave.
- Na kraju, u posljednjoj objavi dodajte osnovne informacije, uključujući Vaše ime i kratku biografiju. Možete navesti i Vašu e-mail adresu.

### *Stil pisanja*

- Pokušajte pisati koristeći susretljiv i neformalan stil pisanja. Koristite prvo lice jednine (ja) i pokušajte uključiti upućivanje na Vaš vlastiti kontekst i Vaše stručno/akademsko/znanstveno iskustvo u području neuromarketinga. Mislite na Vaše čitatelje i razmišljajte o tome što oni mogu naučiti iz Vašeg iskustva.
- Pokušajte opisati, a ne samo izjaviti da knjigu smatrate odličnom, već objasnite zašto ste uživali čitajući je i što ste iz nje naučili (primjera radi).
- Pokušajte ispitati Vaše čitatelje i dobiti od njih odgovor na ono što ste napisali.
- Uvijek budite ljubazni, informirani i poštujujte druge kulture i mišljenja.

### *Teme blog sadržaja*

Uvijek je najbolje pisati o nečemu što Vam je poznato i u čemu uživate. U nastavku teksta nudimo Vam nekoliko prijedloga za temu blog sadržaja. Možete odabrati jednu od navedenih tema i svaki tjedan je proširivati. Molimo Vas da ne koristite temu blog sadržaja kao glavni naslov.

Ukoliko imate izvrsnu temu koja nije ovdje navedena, a vezana je uz neuromarketing, molimo Vas da nam pošaljete poruku na sljedeću e-mail adresu: [info@neuromarketinginstitut.com](mailto:info@neuromarketinginstitut.com)



- Molimo Vas da napišete kratku biografiju koja će Vas predstaviti kao autora teksta bez posebnog unosa poveznica na internetske stranice poduzeća/organizacija za koje radite. Također Vas molimo da dostavite Vašu e-mail adresu koju ćemo javno objaviti ispod Vašeg članka, kako bi Vas čitatelji mogli izravno kontaktirati ukoliko budu imali bilo kakva pitanja u vezi s Vašim člankom.
- Molimo Vas da dostavite svoju fotografiju koju ćemo objaviti uz Vaš blog. Tehničke upute su navedene u posebnom dokumentu.

**Teme:**

**#1 Neurodizajn**

**#2 Neurocijene**

**#3 Neuromarketing u poslovanju**

**#4 Neuromarketing u znanosti**

**#5 Neuromarketing na društvenim mrežama**

**#6 Politički neuromarketing**

**#7 Brendiranje koristeći EEG**

**#8 Biometrijske metode u oglašavanju**

**#9 Praćenje pokreta očiju (eng. Eye Tracking) i kodiranje pokreta lica (eng. Facial Coding)**

**#10 Uvjeravanje**

**#11 Kognitivna disonanca**

**#12 Brendiranje**

**#13 Kodiranje pokreta lica (eng. Facial Coding)**

**#14 Konverzija**

**Važna napomena:** Započnite pisati o željenoj temi a gotove materijale nam šaljite jednom tjedno, svake srijede do 16h na e-mail adresu: [info@neuromarketinginstitut.com](mailto:info@neuromarketinginstitut.com) Sve fotografije moraju biti namijenjene komercijalnoj uporabi, dakle, ne smijete koristiti fotografije koje su protivne zakonu o autorskim i srodnim pravima, kako bi se mogle objaviti na internetskoj stranici. Ne smiju se postavljati klevetnički ni nezakoniti materijali bilo kakve vrste. To uključuje tekstove, grafiku, video i/ili audio materijale. Izričito se zabranjuje izrada teksta s namjerom počinjenja ili podržavanja bilo kakve nezakonite radnje. Dostavite nam zakonite fotografije za Vaš blog s poveznicom na lokaciju na kojoj ste snimili fotografije.



### ***Pokušajte izbjegavati sljedeće:***

- nastojte izbjegavati iznošenje negativnih kontakata. Ukoliko postoji nešto što Vam se ne sviđa, bolje je ne pisati o tome. Pokrenite raspravu i ostavite prostora za istraživanje, debatu i drugo; to je izvrsno.
- Važno je postavljati pitanja, ali nemojte pokušavati nametnuti Vaša uvjerenja drugima.
- Nemojte navoditi poveznice na komercijalne internetske stranice ili izvore.
- Nemojte navoditi poveznice na neprimjerene materijale.
- Nemojte navoditi puna imena, lokacije, adrese ni kontakt podatke.
- Molimo Vas da ne stavljate poveznice na internetske stranice poduzeća/sveučilišta/ustanova i drugih komercijalnih stranica na kojima ste zaposleni, jer Institut ne podržava reklamiranje trećih strana, već propagaciju stručnih i znanstvenih članaka u području neuroznanosti, neuromarketinga i marketinga.

### ***Autorska prava i zakonski propisi***

Vi ste nositelj autorskih prava u Vašim objavama, člancima i fotografijama, ali samom objavom Vašeg članka na blogu, suglasni ste da će te Institutu za neuromarketing dati trajno, neisključivo pravo bez tantijema koje dopušta podlicenciranje i licencu za korištenje, reproduciranje, izmjene, preinake, objavljivanje, prevođenje, izradu izvedenih djela iz onih dostavljenih, distribuciju te provedbu i ostvarivanje svih autorskih prava i prava na javno objavljivanje koja se odnose na bilo kakvo djelo takve vrste u svijetu i/ili na njegovo uvrštavanje u druga djela u u bilo kojim poznatim ili kasnije razvijenim medijima za cijelo razdoblje trajanja prava koja mogu postojati u sklopu takvog sadržaja, u skladu s mjerama zaštite privatnosti navedenima u Izjavi o zaštiti privatnosti Instituta za neuromarketing. Ukoliko ne želite Institutu za neuromarketing dodijeliti takva prava, predložimo da nam ne šaljete Vaš tekst za blog objavu na našoj internetskoj stranici.

Postavljanjem Vašeg teksta na našoj internetskoj stranici, jamčite i da je takav tekst sa pripadajućim priložima:

- Vaše vlastito originalno djelo i da imate pravo staviti ga na raspolaganje Institutu za neuromarketing u sve prethodno navedene svrhe
- da nije klevetnički
- da ne krši bilo kakav zakon

Isto tako, suglasni ste da ćete obešteti Institut za neuromarketing po pitanju bilo kakvih pravnih pristojbi, štete i drugih troškova koje Institut za neuromarketing može snositi kao rezultat Vašeg kršenja odredbi prethodno spomenutog jamstva.

Nadalje, suglasni ste da ćete se odreći bilo kakvih moralnih prava u Vašem tekstu u svrhu njegova postavljanja i objave na stranicama Instituta za neuromarketing i druge prethodno navedene svrhe.

Ne smijete kršiti, kopirati ni ugrožavati prava trećih strana, uključujući autorska prava, zaštitni znak (eng. Trademark), poslovnu tajnu, privatnost, kao i osobna prava, prava vlasništva ili pravo na javnu objavu.

U slučaju bilo kakvog spora u vezi s ovim Uputama za autore i/ili određenim uvjetima na drugim mjestima na ovoj internetskoj stranici koji se odnose na određeni materijal, ovi potonji imaju prednost.



Institut za neuromarketing ne odgovara za autorski sadržaj rada koji je objavljen od strane autora teksta na službenim internetskim stranicama Instituta. Autor je izravno odgovoran za svoje stavove, mišljenja i tekst kojeg potpisuje. Za sva pitanja vezana uz sadržaj objavljenog teksta, možete izravno kontaktirati autora na e-mail adresu koja se nalazi ispod njegovog/njezinog članka.

