

ADELA BAHIĆ, bachelor ekonomije - Završni magistarski rad

Fakultet/Akademija	EKONOMSKI FAKULTET
Tip Rada	Završni magistarski rad
Kandidat, zvanje	ADELA BAHIĆ, bachelor ekonomije
Naziv Teme	Uticaj prodajnog mjesta na odlučivanje kupaca pri kupovini modnih proizvoda
Rezime/Abstract	Cilj istraživanja u radu je utvrđivanje uticaja prodajnog mjesta na odluke kupaca pri kupovini modnih proizvoda u Bosni i Hercegovini. Istraživanjem je utvrđeno da ambijent prodajnog mjesta (posmatran kroz interne i eksterne elemente) ima visok značaj za donošenje odluka ispitanika o kupovini modnih proizvoda. Pored toga, rezultati istraživanja pokazuju da kvalitet usluge na prodajnim mjestima, takođe, ima visok značaj za donošenje navedenih odluka. U istraživanju su korišteni sekundarni i primarni podaci. Sekundarni podaci su prikupljeni iz dostupne ekonomske literature. Primarni podaci su prikupljeni metodom ispitivanja (tehnika online ispitivanje) putem anketnog upitnika na temelju prigodnog proporcionalnog kvotnog uzorka kojeg su činili kupci modnih proizvoda. Ključne riječi: ambijent prodajnog mjesta, kvalitet usluge na prodajnom mjestu, odluke o kupovini, kupci modnih proizvoda.
Datum	18.07.2019
Predsjednik	Dr. sc. Mustafa Sinanagić, redovni profesor za užu naučnu oblast „Marketing“ na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Mentor	Dr. sc. Beriz Čivić, vanredni profesor za užu naučnu oblast „Marketing“ na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Član komisije	Dr. sc. Samira Dedić, vanredni profesor za užu naučnu oblast „Kvantitativna ekonomija“ na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	-
Dodatni detalji i lokacija	na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli, 18.07.2019. godine u 12:00 sati
Zavrsne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta radnim danom od 08 do 14 sati.