

Admir Imširović, dipl. oec. - Završni magistarski rad

Fakultet/Akademija	EKONOMSKI FAKULTET
Tip Rada	Završni magistarski rad
Kandidat, zvanje	Admir Imširović, dipl. oec.
Naziv Teme	Pozicioniranost brenda bijele tehnike na bosanskohercegovačkom tržištu kao determinanta ponašanja potrošača
Rezime/Abstract	<p>Predmet istraživanja u ovom radu jeste uticaj pozicioniranosti brenda bijele tehnike na bosankohercegovačkom tržištu na ponašanje potrošača, pri čemu se isti posmatrao sa aspekta potrošača i maloprodavaca bijele tehnike. Empirijskim istraživanjem obuhvaćeni su potrošači i maloprodavci bijele tehnike na području Bosne i Hercegovine. Podaci su prikupljeni primjenom metode ispitivanja, koristeći anketni upitnik kao obrazac za prikupljanje podataka. Uzorak je sačinjavalo 250 potrošača i 50 maloprodavaca bijele tehnike. Podaci su uneseni i obrađeni u SPSS program paketu. Za obradu prikupljenih podataka i dokazivanje postavljenih hipoteza korištene su razne metode zasnovane na statističkim analizama i to: deskriptivna statistička analiza, analiza pouzdanosti, korelaciona analiza, analiza varijanse (ANOVA), T- test nezavisnih uzoraka, T-test uparenih uzoraka, faktorska analiza i Hi-kvadrat test. U radu su potvrđene postavljene hipoteze istraživanja. Ključne riječi: brend bijele tehnike, pozicioniranost brenda, ponašanje potrošača</p>
Datum	24.09.2019
Predsjednik	Dr. sci. Beriz Čivić, vanredni profesor, uža naučna oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Mentor	Dr. sci. Ermina Smajlović, vanredni professor, uža naučna oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	Dr. sci. Alma Muratović, docent, uža naučna oblast „Marketing“ Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	-
Dodatni detalji i lokacija	dana 24.09.2019. godine u 10,00 sati na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Zavrsne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta radnim danom od 08 do 14 sati.