

Jasenka Kadušić, dipl. oec. - Završni magistarski rad

Fakultet/Akademija	EKONOMSKI FAKULTET
Tip Rada	Završni magistarski rad
Kandidat, zvanje	Jasenka Kadušić, dipl. oec.
Naziv Teme	Dizajn proizvoda široke potrošnje kao determinanta njihove pozicioniranosti na bosanskohercegovačkom tržištu
Rezime/Abstract	<p>Magistarski rad pod naslovom «Dizajn proizvoda široke potrošnje kao determinanta njihove pozicioniranosti na bosanskohercegovačkom tržištu» urađen je na 125 stranica A4 formata, od čega se 88 stranica odnosi na osnovni tekst, 5 stranica na popis korištene literature, 2 stranice na popis slika, tabela i grafikona te 30 stranica priloga. Struktura rada, pored uvoda, zaključnih razmatranja, popisa korištene literature, popisa slika i tabela te priloga, sadrži četiri dijela u kojima se vrši razrada i dokazivanje postavljene osnovne istraživačke hipoteze i, realizuju opći i operativni ciljevi istraživanja. U toku istraživanja korištene su 102 bibliografske jedinica (knjige, studije, doktorske disertacije, članci i Internet izvori). Rad sadrži 9 slika, 20 tabela i 19 grafikona. Predmet istraživanja u magistarskom radu predstavlja povezanost između dizajna proizvoda široke potrošnje i pozicioniranja na bosanskohercegovačkom tržištu. Opći cilj istraživanja u radu jeste utvrđivanje da li dizajn proizvoda široke potrošnje determinirana pozicioniranost proizvoda na bosanskohercegovačkom tržištu. U radu su detaljno ispitivani stavovi potrošača prema dizajnu flaširane vode za piće. Podaci su prikupljeni primjenom metode ispitivanja, koristeći anketni upitnik kao obrazac za prikupljanje podataka. Uzorak je sačinjavalo 150 ispitanika iz tri grada: Tešanj, Tuzla, Banja Luka. Kao rezultat istraživanja ističe se zaključak da dizajn, naročito vizualni aspekt proizvoda, kao primarno sredstvo komunikacije sa potrošačem ima veliki značaj prilikom donošenja odluke o kupovini proizvoda. U radu su potvrđene postavljene hipoteze, te date preporuke koje mogu poslužiti kompanijama i budućim istraživačima kao bitan izvor informacija. Ključne riječi: dizajn, pozicioniranje, vizualni identitet, marketing, proizvodi široke potrošnje</p>
Datum	10.10.2019
Predsjednik	Dr. sci. Mustafa Sinanagić, redovni profesor, uža naučna oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Mentor	Dr. sci. Ermina Smajlović, vanredni profesor, uža naučna oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	Dr. sci. Beriz Čivić, vanredni profesor, uža naučna oblast „Marketing“ Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	-
Dodatni detalji i lokacija	dana 10.10.2019. godine u 13,00 sati na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Završne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta radnim danom od 08 do 14 sati.