

# Enisa Čivić, dipl. oec. - Magistarski rad

Fakultet/Akademija	EKONOMSKI FAKULTET
Tip Rada	Magistarski rad
Kandidat, zvanje	Enisa Čivić, dipl. oec.
Naziv Teme	Brend menadžment kao determinanta tržišnog nastupa preduzeća
Rezime/Abstract	<p>Tržišni nastup preduzeća je determinisan nizom internih i eksternih faktora. Interni marketinški resursi imaju posebno naglašen uticaj na realizaciju aktivnosti u okviru tržišnog nastupa preduzeća. Ove aktivnosti su prevashodno usmjerene na postizanje ciljane/željene tržišne pozicije koja će predstavljati izvor daljeg rasta i razvoja preduzeća. Know-how vezan za brend menadžment (u okviru internih marketinških resursa) predstavlja posebno značajnu determinantu tržišnog nastupa. Stoga je cilj rada utvrditi ulogu brend menadžmenta u unaprjeđenju tržišnog nastupa preduzeća i izgradnji ciljane tržišne pozicije. Brend menadžment podrazumijeva niz aktivnosti kako bi se izgradio brend koji će stvarati uticaje na emocionalni aspekt ponašanja potrošača s jedne strane, te na racionalne aspekte procesa donošenja odluka o kupovini, s druge strane. Razvijanje i implementacija strategije brend menadžmenta je jedan od ključnih faktora unaprjeđenja tržišne pozicije preduzeća. Uspješno upravljanje brendom u okviru marketinške strategije zahtjeva dugotrajan i kontinuiran napor. Snažan brend povećava nivo povjerenja, satisfakcije i lojalnosti potrošača, čime se stvaraju pretpostavke za uspješan tržišni nastup preduzeća te u konačnici njegov rast i razvoj. Zato brend menadžment postaje strateški imperativ svakog preduzeća ukoliko je njegov cilj biti dio savremenih uspješnih tržišnih tokova. Kroz empirijska istraživanja se analizira zastupljenost pojedinih marketinških aktivnosti sa fokusom na elemente brend menadžmenta i njihov uticaj na tržišni nastup preduzeća na tržištu Bosne i Hercegovine. Analiza je pokazala da brend menadžment ima veliki značaj za razvoj tržišnih operacija preduzeća i izgradnju preferirane pozicije kod potrošača u odnosu na konkurenciju. Ključne riječi: brend menadžment, tržišni nastup, tržišno pozicioniranje</p>
Datum	05.12.2013
Predsjednik	Dr. sc. Rifat Klopić, redovni profesor, uža naučna oblast "Marketing"
Mentor	Dr. sc. Mustafa Sinanagić, redovni profesor, uža naučna oblast "Marketing"
Član komisije	Dr. sc. Ermina Smajlović, docent, uža naučna oblast "Marketing"
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	-
Dodatni detalji i lokacija	Četvrtak, 05.12.2013. godine u 11:00 sati na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli,
Završne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Magistarski rad se može pogledati u Sekretarijatu Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Tuzli radnim danom od 09:00 do 15:00 sati.