

Almira Zulić, dipl. oec. - Magistarski rad

| | |
|----------------------------|--|
| Fakultet/Akademija | EKONOMSKI FAKULTET |
| Tip Rada | Magistarski rad |
| Kandidat, zvanje | Almira Zulić, dipl. oec. |
| Naziv Teme | Pozicioniranost bosansko-hercegovačkih proizvoda široke potrošnje u asortimanu maloprodajnih trgovinskih lanaca |
| Rezime/Abstract | <p>Magistarski rad je urađen na 196 stranice A4 formata, od čega sadrži 152 stranica osnovnog teksta, a ostatak se odnosi na popis literature, sadržaj rada, popis grafikona i tabela i na priloge rada. U toku istraživanja korišteno je 47 knjiga, 17 članaka, studija i publikacija i 35 izvora sa interneta. Referencna građa je adekvatna predmetu istraživanja. Rad je strukturiran tako da pored uvodnih i zaključnih razmatranja, popisa literature i priloga, sadrži četiri poglavlja u kojima je, u okviru osnovnog teksta, tematizirana materija ilustrirana sa 18 grafikona i 12 tabela. Na temeljima usvojenog metodološkog pristupa i postavljenih ciljeva istraživanja, rad je teorijsko-empirijski strukturiran tako da se teorijski dio pretežno izlaže u prva tri poglavlja, dok su rezultati empirijskih istraživanja predstavljeni u četvrtom poglavlju. U radu se polazi od toga da se središte privredne moći pomjera od proizvodnje prema trgovini. Rast i razvoj domaćih proizvodnih preduzeća ovisi o odnosima sa trgovinom. Veći dio svjetske trgovine u maloprodaji odvija se posredstvom velikih trgovinskih lanaca. Taj trend prisutan je i u Bosni i Hercegovini u kojoj u posljednjem desetljeću došlo do značajnog ukрупnjavanja domaće trgovine i ulaska velikih inostranih trgovinskih lanaca. Predmet istraživanja su teorijski i praktični aspekti koji utiču na pozicioniranost bosansko-hercegovačkih proizvoda široke potrošnje u asortimanu roba maloprodajnih trgovinskih lanaca. Uticaj trgovinskih lanaca na poslovanje proizvođača roba široke potrošnje u BiH posmatran je kroz prizmu poslovnih politika trgovinskih lanaca, zakonskih regulativa u BiH koje regulišu oblast trgovine i politike poslovanja samih proizvodnih preduzeća. Poseban značaj ovog rada ogleda se u određivanju sistemskog pristupa prikupljanju osnovnih pokazatelja o maloprodajnim trgovinskim lancima u BiH, te utvrđivanju faktora koji dominantno determinišu pozicioniranost bosansko-hercegovačkih proizvoda široke potrošnje u asortimanu maloprodajnih trgovinskih lanaca u BiH. Ključne riječi: maloprodajni trgovinski lanci, pozicioniranost, bosansko-hercegovački proizvodi široke potrošnje, asortiman roba.</p> |
| Datum | 22.05.2013 |
| Predsjednik | Dr sc. Sejfudin Zahirović, red. prof. za užu naučnu oblast, "Teorija odlučivanja" |
| Mentor | Dr sc. Ermina Smajlović, doc., za užu naučnu oblast „Marketing“ |
| Član komisije | Dr sc. Beriz Čivić, doc., za užu naučnu oblast „Marketing“ |
| Član komisije | - |
| Član komisije | - |
| Zamjenski član | - |
| Dodatni detalji i lokacija | 22.05.2013. godine u 10,00 sati u amfiteatru Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Tuzli |
| Završne Odredbe | Pristup javnosti je slobodan. Magistarski rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta svakim radnim danom od 08,00 - 16,00 sati |