

SADRŽAJ:

UVOD	2
I Boja u marketingu.....	3
1.1. Boja u marketingu (teorijski pristup).....	3
1. Simbolizam boja tokom vremena	5
2. Geografsko značenje boja	5
3. Komunikacija bojom.....	6
1.2. Brendiranje i boje	10
1. Važnost boje u oglašavanju.....	12
2. Važnost boje u razvoju proizvoda	14
3. Važnost boje u kreiranju vizuelnog identiteta preduzeća	15
1.3. Proizvod i usluga kao instrument marketing miksa	17
1.4. Ponašanje potrošača u kupovini.....	20
1. Uticaj eksternih faktora na ponašanje potrošača	20
2. Psihološko objašnjenje ponašanja potrošača.....	22
3. Modeli kupovine.....	30
II Metodološka organizacija istraživanja.....	35
III Analiza i prezentacija marketing istraživanja značaja boja u marketingu ..	35
IV ZAKLJUČCI I PREPORUKE	46
V LITERATURA.....	47
VI Prilozi	48
1. Anketni upitnik	48