

1. UVOD

1.1. Predmet rada

Predmet ovoga diplomskog rada je brend u funkciji marketinga na osnovu primjera kompanije Zeus.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je da se teorijski, praktično i sveobuhvatno prikaže primjena brenda kao oblik marketinga date kompanije Zeus. Društveni cilj jeste da ovaj diplomski rad pruži informacije i nova saznanja svim zaposlenima u organizacijama koji žele da se uključe u ove poslove. S obzirom na predmet i cilj rada postavljena je osnovna hipoteza koja glasi: „Brend utiče na sve marketinške tehnike što dovodi do rasta i razvoja daljnje prodaje“.

1.3. Metode rada

U izradi ovog diplomskog rada koristiće se više naučnih metoda kao što su: istorijska metoda, induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda apstrakcije i konkretizacije.

1.4. Struktura rada

Uvod, razrada i zaključak čine strukturu ovog rada. U uvodnom dijelu izloženi su predmeti istraživanja, polazište istraživanja, ciljevi i metode istraživanja. Razrada se sastoji iz sedam dijelova: definisanje marketinga, upravljanje marketingom, strategijske opcije brenda-marketinga, građenje jakih brendova, stvaranje i održavanje poželjnog brendovskog identiteta, a sedmi dio je brend kao oblik marketinga prikazan na primjeru preduzeća Zeus. Na kraju rada nalazi se zaključak i literatura u kojoj su navedeni svi izvori koji su korišteni u toku izrade ovog diplomskog rada.