

PODACI O ODBRANJENOM MAGISTARSKOM RADU

Kandidat	Marija Stanković
Tema	Istraživanje marketinga putem društvenih mreža
Datum odbrane	25.11.2016. godine
Mentor:	Prof. dr Vesna Karadžić
Komisija za ocjenu rada	Prof. dr Vesna Karadžić Prof. dr Božo Mihailović Prof. dr Biljana Rondović
Komisija za odbranu rada	Prof. dr Vesna Karadžić Prof. dr Božo Mihailović Prof. dr Biljana Rondović

Apstrakt

U ovom istraživačkom radu bavimo se društvenim mrežama, njihovim uticajem na marketing i značajem interneta kao marketinške alatke. Koristimo najveću i najpopularniju mrežu *Facebook*, a oslanjamo se i na *Twitter* i *You Tube*, kako bismo definisali nove okvire marketing pravila. Imajući u vidu da je broj korisnika ovih mreža preko milijardu, imaćemo zadovoljavajući, uz to i reprezentativan, odgovor na pitanje na koji način kompanije mogu da se reklamiraju na njima, te kako im služe za ostvarenje što većeg profita.

Predmet istraživanja su društvene mreže, njihov uticaj na marketing, kao i definisanje okvira komunikacije kupci - prodavci koji se odvija na njima.

Potrošači su ti koji obezbjeđuju inpute, na način da ne daju samo pasivno dozvolu kompanijama da dobijaju informacije o njima, njihovim navikama i potrebama, već kreiraju uslove gdje upravo ta komunikacija može kompaniji da posluži za kreiranje strategije, što je naš predmet istraživanja.

Da bismo vidjeli u kojoj mjeri društvene mreže pomažu u širenju brenda i kreiranju komunikacije sa potrošačima, za studiju slučaja uzećemo jedan od

najvećih trgovinskih lanaca u Crnoj Gori - Rodu, sa učešćem preko 20 odsto na tržištu i najvećim brojem “fanova” na Facebooku, a koja se rebrendirala u IDEU, što dodatno pomaže u definisanju i razumjevanju strategije online marketinga. Ovaj primjer će nam poslužiti da vidimo da li je toj vrsti poslovanja neophodan online marketing, budući da su kupci upoznati sa proizvodima koji nude tradicionalnim kanalima komunikacije i uz to ih koriste svakodnevno.