

## TEORIJSKI OKVIR I KVALITATIVNA ISTRAŽIVANJA

### DVODNEVNA RADIONICA FOKUSIRANA NA RAZVOJ TEORIJSKI UTEMELJENOG I METODOLOŠKI RIGOROZNOG DOKTORSKOG ISTRAŽIVANJA

---

#### PRVI DAN (12. LIPNJA 2026.; 16:00-20:00)

Razvoj teorije i teorijskih koncepata, od odabira i argumentacije teorijskog i kontekstualnog okvira do strukturiranja pregleda literature uz podršku bibliometrijskih alata. Poseban naglasak stavlja se na oblikovanje teorijskog modela kao izvornog znanstvenog doprinosa, a ne isključivo kao pregleda postojećih teorijskih pristupa.

---

#### DRUGI DAN (13. LIPNJA 2026.; 9:00-14:00)

Kvalitativna istraživanja, njihove vrste, logika istraživačkog dizajna te specifičnosti u odnosu na postavljena istraživačka pitanja. Obrađuje se proces donošenja metodoloških odluka, kao i način strukturiranja i pisanja znanstvenih radova utemeljenih na kvalitativnoj metodologiji, uz poseban naglasak na jasnoću argumentacije, metodološku dosljednost i znanstvenu rigoroznost.

---

#### KROZ RADIONICU SUDIONICI RAZVIJAJU SPOSOBNOST DA:

- konstruiraju i evaluiraju teorijske modele kao izvorni znanstveni doprinos
- argumentiraju izbor teorijskog i kontekstualnog okvira
- razumiju bibliometrijske alate za mapiranje znanstvenog područja
- kritički procjenjuju kvalitativne metodološke pristupe
- osmisle i napišu znanstveni rad utemeljen na kvalitativnoj metodologiji

Radionica je namijenjena doktorandima koji žele preciznije pozicionirati svoje istraživanje, unaprijediti metodološko promišljanje te podići kvalitetu akademskog i znanstvenog pisanja.

---

#### VODITELJICE RADIONICE

##### **Maja Arslanagić Kalajdžić**

Redovita profesorica marketinga na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu i voditeljica Centra za istraživanje i razvoj. Njezina istraživanja obuhvaćaju područja marketinške odgovornosti (marketing accountability), B2B marketinga i uslužnog marketinga. Objavljivala je u uglednim međunarodnim časopisima kao što su Journal of Business Ethics, Technovation, Industrial Marketing Management i Journal of International Marketing. Obnaša dužnost pridružene urednice (Associate Editor) časopisa Business Ethics, the Environment and Responsibility.

##### **Melika Husić Mehmedović**

Redovita profesorica marketinga na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu. Bavi se istraživanjima ponašanja potrošača, neuromarketinga i uloge emocija u procesu donošenja odluka. Objavljivala je u relevantnim međunarodnim časopisima poput Journal of Business Research, Journal of Marketing Management i Journal of Advertising Research, te je sudjelovala u brojnim istraživačkim i javnopolitičkim projektima.