

## Spisak predloženih tema za završne radove

V-A-2.1

**Predmet:**

# Produkcija zvuka

**Predložene teme završnih radova:**

1. Akustični tretman i optimizacija studijskog prostora: Analiza apsorpcije, refleksije i difuzije zvuka
2. Psihoakustika i krive jednake glasnoće: Kako varijacije u ljudskoj percepciji zvuka oblikuju odluke pri miksanju i masteringu
3. Teorija digitalizacije (Sampling Theory): Analiza uticaja stope uzorkovanja (Nyquist-Shannon teorema) i dubine bita na dinamički opseg i kvalitet zvuka
4. Ekonomske, pravne i budžetske strategije u obezbeđivanju muzike za medije
5. Analiza i primena mikrofona u produkciji zvuka
6. Dizajn zvuka i uloga Foley umetnosti u savremenim audiovizuelnim medijima
7. Proces miksanja zvuka: Upravljanje fokusom i manipulacija 3D zvučnim prostorom
8. Evolucija standarda glasnoće u audio industriji
9. Tehnike i značaj "Gain Staging-a" za optimizaciju odnosa signala i buke (SNR) u analognom i digitalnom produkcijskom lancu
10. Primena veštačke inteligencije (AI) i novih tehnologija u restauraciji, obradi i generisanju zvuka
11. Razvoj prostornog zvuka: Od standardnih stereo formata do immersive i binauralnih audio tehnologija
12. Kako varijacije u ljudskoj percepciji zvuka oblikuju odluke pri miksanju i masteringu
13. Primena veštačke inteligencije u audio postprodukciji
14. Algoritamski naspram tradicionalnog masteringa: Komparativna analiza AI servisa i ljudskog pristupa u masteringu zvuka
15. Evolucija uloge muzičkog producenta: Analiza transformacije od tehničkog realizatora u studiju do kreativnog vizionara, ko-autora i ključnog faktora u oblikovanju zvuka savremenih izvođača

Ime:	Spisak predloženih tema za završne radove za predmet <b>Produkcija zvuka</b>				
REF:	Verzija:	Datum odobrenja:	Autor dokumenta:	Odobrio:	Nivo klasifikacije:
N/A	A-2.1	26.02.2026.	MA Aleksandar Blažić	Prof. dr Marija Runić Ristić, šef Katedre za menadžment	Javno

16. Zvučno brendiranje (Sonic Branding) u advertajzingu: Umetnost kreiranja prepoznatljivog audio identiteta kompanija i izazivanja specifičnih emotivnih reakcija potrošača kroz zvučne logotipe i muziku u kratkim formama

Napomena: teme završnih radova koje su navedene u ovoj listi služe kao smernica i nisu obavezujuće, niti konačne. Student i mentor se mogu usaglasiti oko teme koja nije navedena na ovoj listi, bilo da je tu temu predložio student ili mentor.