



UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Izzivi poslovanja v ekonomiji znanja
Course title: Business Challenges in Knowledge Economy

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Management znanja, 3. stopnja	/	2	/
Knowledge management, 3rd cycle	/	2	/

Vrsta predmeta / Course type:
Koda predmeta / Course code:

Izbirni predmet / elective course
IPEZ-DR

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Lab. vaje Laboratory work	Teren. vaje Field work	Samost. delo Individual work	ECTS
0	10	0	0	0	490	20

Študijska obremenitev študenta – skupaj/Student workload – total: 500 ur/hours

Nosilec predmeta / Lecturer:

doc. dr. Tina Vukasović
izr. prof. dr. Drago Dubrovski

Jeziki/Languages:

Predavanja / Lectures:
Seminar / Seminar:

slovenski / Slovenian in/ali angleški / English
slovenski / Slovenian in/ali angleški / English

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Opravljen obvezni predmet 1. letnika: Management znanja - koncepti in teorije

Prerequisites:

Passed first-year compulsory course "Knowledge Management - Concepts and Theories".

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

Predmet omogoča pregled teoretskih izhodišč, literature in raziskav, potrebnih za izdelavo doktorske disertacije.

V okviru predmeta bo študent pod vodstvom mentorja samostojno obdelal naslednje teme:

Marketing

- uvod: narava in področja marketinga, marketing kot znanost,
- področja pojasnjevanja v marketingu: problemi in vidiki
- področja marketinga: vedenje potrošnikov, tržne raziskave: raziskovalne metode in proces raziskovanja, management blagovnih znamk, strateško načrtovanje v marketingu: segmentacija, marketinška strategija, pozicioniranje in marketinški splet,
- management znanja v marketingu.

Mednarodno poslovanje

- management sodobnega mednarodnega

Object provides an overview of theoretical foundations, literature and the research needed to produce the doctoral dissertation.

During this course the student will independently study the following topics under the supervision of the supervisor:

Marketing

- introduction: the Nature and the scope of marketing, marketing as a science
- explanation in marketing: problems and aspects
- the scope of marketing: consumer behaviour, market research: research methods and research process, brand management, strategic marketing planning: segmentation, marketing strategy, positioning and marketing mix
- knowledge management in marketing

International Business

- management of contemporary international business,

poslovanja

- dodatne sposobnosti in znanje za uspešno poslovno delovanje v kompleksnem globalnem okolju
- novi poslovni modeli v digitalni ekonomiji,
- globalna politična ekonomija

- additional competencies and knowledge for successful Bbsiness operations in complex global environment
- new business models in the digital economy,
- global political economy

Temeljna literatura in viri / Readings:

Obvezna / Compulsory:

Znanstveni članki / Scientific articles:

- Awuah, G. B. in M. Amal (2011). Impact of globalization. *European Business Review* 23 (1): 120-132
- Chong, A. Y., Ooi, K., Lin, B. in Teh, P. (2010). TQM, knowledge management and collaborative commerce adoption: A literature review and research framework. *Total Quality Management*, 21(5), 457-473.
- Jan, C. in Pastuszak, Z. (2005). Marketing aspects of knowledge-based management in groups of companies: case of Poland. *Industrial Management & Data Systems*, 5(4), str. 459-475.
- Jennifer R., (2004). Partnering paradigms? Knowledge management and relationship marketing. *Industrial Management & Data Systems*, 104(2), str. 149 - 157
- Jenny D., McNaughton R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), str. 210 – 222
- Kayis, B. in Karningsih, P. D. (2012). A knowledge-based system tool for assisting manufacturing organizations in identifying supply chain risks. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 23(7), str.834-852.
- Mamoun N. A., Al-Mohammad, S. M. (2010). The effect of marketing knowledge management on organizational performance: An empirical investigation of the telecommunications organizations in Jordan. *International Journal of Emerging Markets*, 5 (1), str. 38 - 77
- Phusavat, K., Kess, P. in Torkko, M. (2008). Knowledge-transfer practices for SMEs: case studies in Finland and Thailand. *International Journal of Management & Enterprise Development*. 5(5), str.513-528
- Roberts, D. L. in Palmer, R. (2012). Developing a visceral market learning capability for new product development. *International Journal of Market Research*, 54(2), str. 199-220.
- Schlegelmilch B.B.; Penz E. (2002). Knowledge Management in Marketing. *The Marketing Review*, 3(1), str. 5-19
- Sitko-Lutek, A., Chuancharoen, S., Sukpitikul, A., Phusavat, K.. (2010). Applying social network analysis on customer complaint handling. *Industrial Management & Data Systems*. 110(9), str.1402-1419.
- Tavčar M.I. in V. Dermol (2012). Global SMEs' strategy. *International Journal of Management, Knowledge and Information Technology* 1 (1): 109-123
- Yang, M., Chandrees, N., Lin, B. in Chao, H. (2009). The effect of perceived ethical performance of shopping websites on consumer trust. *Journal of Computer Information Systems*, (jesen 2009), 15-24.

Knjige in učbeniki / Books and textbooks:

- Cravens, D. W., Piercy, N. (2009). *Strategic Marketing*. Boston: McGraw-Hill
- Dubrovski, D. (2013). *Mednarodna ekonomija in poslovanje*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije.
- Hill, Ch.W.L. (2011). *Global business today*. New York: McGraw-Hill
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Shelby, D. Hunt. (2002). *Foundations of Marketing Theory: Toward a General Theory of Marketing*. Armonk M.E.Sharpe Inc.
- Singh, N. (2012). *Localization strategies for global e-business*. Cambridge: University Press.
- Vukasovič, T. (2012). *Trženje – od temeljev trženja do strateškega tržnega načrtovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.

Elektronski viri / e-sources:

- Študijska gradiva na Novisu / Study materials will be accessible at NOVIS.

Priporočena / Recommended:

Knjige in učbeniki / Books and textbooks

- Tavčar, M. (2011). *Strateški management znanjskih organizacij*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije.

Elektronski viri / e-sources:

- Članki na NOVISU / Articles in NOVIS.

Cilji in kompetence:

Študentje bodo razvili naslednje **splošne kompetence**:

- usposobljenost za samostojno interpretiranje ter iskanje odgovorov na abstraktna in kompleksna vprašanja v stroki in znanosti,
- zmožnosti prenašanja znanja med stroko in znanostjo,
- zmožnosti kritičnega dialoga v znanosti in stroki,
- zmožnost odgovornega presojanja posledic uporabe novega znanja v različnih kontekstih,
- avtonomnost pri strokovnem delu in pri sprejemanju odločitev,
- sposobnost analize, sinteze, predvidevanja in načrtovanja strateških odločitev,
- razvoj kritične in samokritične presoje.

Študentje bodo razvili naslednje **predmetno-specifične kompetence**:

- razumevanje različnih vidikov znanja in učenja ter upravljanja z znanjem v sodobnih podjetjih,
- zmožnost reševanja konkretnih strokovnih problemov z uporabo znanstvenih metod,
- usposobljenost za povezovanje znanja z različnih strokovnih in znanstvenih področij v poslovnem ter znanstvenem kontekstu,
- razumevanje pomena managementa znanja v procesu upravljanja marketinga,
- poznavanje celovitosti marketinga,
- zmožnost uporabe marketinškega znanja na področju strokovnega svetovalnega dela managementa marketinga,
- zmožnost reševanja kompleksnih problemov z marketinškega vidika v podjetjih,
- sposobni uporabljati vsebinskih in metodoloških znanj v procesu marketinga v podjetju.

Objectives and competences:

Students will develop the following **general competences**:

- the ability to independently interpret and search for answers to abstract and complex issues in the profession and science,
- the ability to transfer knowledge between the profession and science,
- the ability of critical dialogue in science and the profession,
- the ability to assess the impacts of using new knowledge in different contexts,
- autonomous of professional work and in decision-making process
- the ability to analyze, synthesize, foresight and strategic planning decisions,
- develop critical and self-assessment.

Students will develop the following **course-specific competences**:

- understanding of different aspects of knowledge, learning and the management of knowledge in contemporary enterprises,
- the ability to solve concrete expert problems using scientific methods,
- the ability to integrate knowledge from various professional and scientific fields in business and scientific contexts,
- understand the importance of knowledge management in the process of marketing management,
- know the integrity of marketing ,
- the ability to use marketing knowledge in the professional consultation work concerning marketing management issues,
- the ability to professionally solve the most complex problems concerning decision making in organizations from marketing perspective,
- develop the skills to use knowledge and research methodology in the field of marketing in an organization.

Predvideni študijski rezultati: Znanje in razumevanje:

Študenti bodo:

- poznali ključna področja uporabe principov in teorij managementa znanja na izbranih področjih poslovanja,
- zmožni kritične refleksije, poglobljenega abstraktnega razmišljanja in sinteze novih in kompleksnih idej na vsebinskih področjih predmeta,
- zmožni uvedbe rešitev managementa znanja in učenja na različnih poslovnih področjih,
- zmožni pristopiti k raziskovalnemu in strokovnemu delu na različnih poslovnih področjih in v povezavi z managementom znanja in učenja,

Intended learning outcomes: Knowledge and understanding:

Students will:

- be familiar with the key areas of using the principles and theories of knowledge management in specific areas of business,
- have the ability of critical reflection, in-depth abstract thinking and the synthesis of new and complex ideas in course-related fields,
- be able to introduce knowledge and learning management solutions in different areas of business,
- be able to take part in research and expert work in different business areas and in relation to

- spoznali kritične probleme znanosti o marketingu,
- razumeli koncepte in veščine raziskovanja na področju poslovnih problemov,
- poznali praktična orodja, temelječa na najnovejših znanstvenih spoznanjih teorije marketinga.

- knowledge and learning management,
- know the critical problems in marketing science,
- understand the concepts and research skills directly relevant to business problems,
- know a practical tool kit based on the latest scientific knowledge and theory of marketing.

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Oblike dela:

- Frontalna oblika poučevanja
- Delo v manjših skupinah oz. v dvojicah
- Samostojno delo študentov
- e-učenje
- drugo (vpišite) _____

Metode (načini) dela:

- Razlaga
- Razgovor/ diskusija/debata
- Delo z besedilom
- Proučevanje primera
- Igra vlog
- Druge vrste nastopov študentov
- Reševanje nalog
- Študijski obiski podjetij ipd.)
- Vključevanje gostov iz prakse
- Udeležba na okrogli mizi, na konferenci

Types of learning/teaching:

- Frontal teaching
- Work in smaller groups or pair work
- Independent students work
- e-learning
- other _____

Teaching methods:

- Explanation
- Conversation/discussion/debate
- Work with texts
- Case studies
- Role-play
- Different presentation
- Solving exercises
- Field work (e.g. company visits)
- Inviting guests from companies
- Attending round table and conference

Ocenjevanje:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt)

Assessment:

Type (written exam, oral exam, coursework, project)

	Teža Weight (%)	
Sprotno ustno (aktivno sodelovanje pri kontaktnih urah)	20	Oral verification and assessment of knowledge (active participation during contact hours)
Sprotno pisno preverjanje znanja (krajši pisni izdelki)	-	Written verification and assessment of knowledge (short assignments)
Daljši pisni izdelki (seminarska naloga, projektna naloga)	80	Written verification and assessment of knowledge (longer written casework, projects)
Javni nastop ali predstavitev	-	Presentations
Končni ustni izpit	-	Final examination (oral)
Končni pisni izpit	-	Final examination (written)
Drugo (vpišite)	-	Other

Opomba/Note: »Končne ocene so: odlično (10), prav dobro (9), prav dobro (8), dobro (7), zadostno (6), nezadostno (1-5) / Final grades are: excellent (10), very good (9), very good (8), good (7), sufficient (6), insufficient (1-5).

Reference nosilca učne enote / Lecture's references:

doc. dr. Tina Vukasovič

Tina Vukasovič je doktorica ekonomskih znanosti. V svoji delovni karieri je bila več kot 12 let zaposlena v slovenskem gospodarstvu, v strateškem marketingu Perutnine Ptuj d.d. Od 1.10.2012 je zaposlena na Mednarodni fakulteti za družbene in poslovne študije. Svoje izkušnje in znanje iz prakse prenaša v akademsko sfero. Leta 2011 je bila izvoljena v pedagoški naziv docentke za področje trženja. Pedagoško sodeluje z različnimi univerzitetnimi in drugimi visokošolskimi zavodi. Poleg pedagoškega dela je aktivna tudi na področju raziskovanja. Habilitirana je tudi v raziskovalni naziv znanstvenega sodelavca. Svoja raziskovalna dela predstavlja v uglednih domačih in tujih znanstvenih revijah (World's Poultry Science Journal, British Food Journal, Journal of Product and Brand Management, International Journal of Sustainable Economy, Journal of International Food and Agribusiness Marketing) ter na mednarodno priznanih konferencah. Za nekatere izmed

znanstvenih revij nastopa tudi v vlogi recenzentke. Znanstveno-raziskovalna področja, s katerimi se vsakodnevno ukvarja, so Marketing, Strateški marketing, Management blagovnih znamk in Raziskovanje vedenja potrošnikov.

Tina Vukasovič is a doctor of economic sciences. In her career was over 12 years employed in the Slovenian economy, in strategic marketing sector of company Perutnina Ptuj d.d. Since 1st October 2012 she is assistant Professor at the International School for Social and Business Studies. In 2011, she was elected to the assistant Professor from the marketing area. She is also participate with various university and other higher education institutions. She is also active in research. She is an Author or Coauthor of papers published in scientific journals (World's Poultry Science Journal, British Food Journal, Journal of Product and Brand Management, International Journal of Sustainable Economy, Journal of International Food and Agribusiness Marketing) and paper presented at scientific conferences. Her research interests include the areas of Marketing, Strategic Marketing, Brand Management and Research in consumer behavior.

Več na COBISS

1.01 Izvirni znanstveni članek

1. VUKASOVIČ, Tina. Managing consumer-based brand equity in higher education. *Managing global transitions*, ISSN 1854-6935. [Spletna izd.], pomlad 2015, vol. 13, no. 1, str. 75-90, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/13_075-090.pdf. [COBISS.SI-ID 512730416]
2. VUKASOVIČ, Tina, JUNC, Vanja. Dejavniki odločanja in zvestobe potrošnikov v procesu nakupa izdelkov izbrane blagovne znamke. *Mednarodno inovativno poslovanje*, ISSN 1855-6175, 2015, letn. 7, št. 1, graf. prikazi. [http://journal.doba.si/letnik_7_\(2015\)_st_1](http://journal.doba.si/letnik_7_(2015)_st_1). [COBISS.SI-ID 512723248]
3. VUKASOVIČ, Tina, GODICELJ, Klemen. Pomen menedžmenta znanja za razvoj inovacij v slovenskih podjetjih. *Mednarodno inovativno poslovanje*, ISSN 1855-6175, 2015, letn. 7, št. 1, graf. prikazi. [http://journal.doba.si/letnik_7_\(2015\)_st_1](http://journal.doba.si/letnik_7_(2015)_st_1). [COBISS.SI-ID 512723504]
4. VUKASOVIČ, Tina. Differences in perceptions among managers, academics, and students of the importance of various aspects of marketing knowledge and skills. *British journal of economics, management & trade*, ISSN 2278-098X, 2014, vol. 4, no. 9, str. 1475-1490, ilustr., tabele. http://www.sciencedomain.org/abstract.php?iid=515&id=20&aid=4703#.U75GSZR_v64, doi: [10.9734/BJEMT/2014/10300](https://doi.org/10.9734/BJEMT/2014/10300). [COBISS.SI-ID 1536590276]
5. VUKASOVIČ, Tina. Poultry is on the upswing : the buying habits and perceptions of consumers in the new EU member state show positive prospects. *Fleischwirtschaft international*, ISSN 0179-2415, 2014, vol. 29, no. 1, str. 42-46, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 1536305092]
6. VUKASOVIČ, Tina. Poultry is on the upswing. *Fleischwirtschaft international*, ISSN 2193-5149, 2014, vol. 2, str. 26-30, tabele. [COBISS.SI-ID 512695856]
7. VUKASOVIČ, Tina. Consumer preference for traditional products in West Balkans countries. *Journal of international food & agribusiness marketing*, ISSN 0897-4438, 2014, vol. 26, no. 3, str. 173-188, ilustr., tabele. <http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2014.868852>, doi: [10.1080/08974438.2014.868852](https://doi.org/10.1080/08974438.2014.868852). [COBISS.SI-ID 1536602052]
8. VUKASOVIČ, Tina, BARKOVIČ, Martina. Evaluating the effectiveness of brand positioning from a consumer perspective. *Journal of social sciences research*, ISSN 2321-1091, 2014, vol. 6, no. 1, str. 898-904. <http://cirworld.com/journals/index.php/jssr/index>. [COBISS.SI-ID 512706608]
9. VUKASOVIČ, Tina, ZIDAR, Jure. Uvedba novega izdelka na evropsko tržišče ob upoštevanju notranjih potencialov podjetja. *Management*, ISSN 1854-4231, pomlad 2014, leto 9, št. 1, str. 33-48, tabele. http://www.fm.upr.si/zalozba/ISSN/1854-4231/9_033-048.pdf. [COBISS.SI-ID 1536602308]
10. VUKASOVIČ, Tina, MIKULIČ, Nives. Product offerings testing through customer satisfaction. *Management*, ISSN 1854-4231, 2014, letn. 9, št. 3, str. 223-237, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/9_223-237.pdf. [COBISS.SI-ID 1537115588]
11. VUKASOVIČ, Tina. Pomembna znanja in sposobnosti, ki odlikujejo uspešnega tržnika = Important knowledge and skills that distinguish successful marketers. *Mednarodno inovativno poslovanje*, ISSN 1855-6175, 2014, letn. 6, št. 1-2, ilustr. [http://journal.doba.si/letnik_6_\(2014\)_st_1](http://journal.doba.si/letnik_6_(2014)_st_1). [COBISS.SI-ID 512678704]
12. VUKASOVIČ, Tina. Options, challenges and potentials of poultry meat : an empirical investigation on European consumers. *Revista brasileira de ciência avícola* =, ISSN 1516-635X, Oct/Dec 2014, vol. 16, no. 4, str. 431-436, tabele, graf. prikazi. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issuetoc&pid=1516-635X20140004&lng=en&nrm=iso. [COBISS.SI-ID 512726576]
13. VUKASOVIČ, Tina. European meat market trends and consumer preference for poultry meat in buying decision making process. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, 2014, vol. 70, no. 2, str. 289-302, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 1536585412]
14. VUKASOVIČ, Tina. Consumer preferences in organic meat. *Fleischwirtschaft international*, ISSN 0179-2415, 2013, vol. 28, 1, str. 38-42. [COBISS.SI-ID 1024497492]
15. VUKASOVIČ, Tina. Building successful brand by using social networking media. *Journal of Media and Communication Studies*, ISSN 2141-2545, 2013, vol. 5, no. 6, str. 56-63, ilustr., tabele,

- doi: [10.5897/JMCS2013.0352](https://doi.org/10.5897/JMCS2013.0352). [COBISS.SI-ID [1536040388](https://www.cobiss.si/)]
16. VUKASOVIČ, Tina, RUŽMAN, Robert. Analiza vpliva čustvene inteligence zaposlenih na uspešnost delovanja organizacije. *Management*, ISSN 1854-4231, fall 2013, leto 8, št. 3, str. 233-250, tabele. http://www.fm.upr.si/zalozba/ISSN/1854-4231/8_233-250.pdf. [COBISS.SI-ID [4869847](https://www.cobiss.si/)]
17. VUKASOVIČ, Tina. Social media and its implications for building brand relationship. *Modern Management Review*, ISSN 2300-6366, 2013, vol. 18, no. 3, str. 179-193, doi: [10.7862/rz.2013.mmr.38](https://doi.org/10.7862/rz.2013.mmr.38). [COBISS.SI-ID [1536589764](https://www.cobiss.si/)]
18. VUKASOVIČ, Tina. Attitude towards organic meat : an empirical investigation on West Balkans Countries (WBC) consumers. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, 2013, vol. 69, no. 3, str. 527-539, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S004393391300055X](https://doi.org/10.1017/S004393391300055X). [COBISS.SI-ID [1024537940](https://www.cobiss.si/)]
19. VUKASOVIČ, Tina. Brand value as an element of sustainable competitive advantage. *International journal of sustainable economy*, ISSN 1756-5804, 2012, vol. 4, no. 4, str. 390-409, doi: [10.1504/IJSE.2012.049610](https://doi.org/10.1504/IJSE.2012.049610). [COBISS.SI-ID [4507095](https://www.cobiss.si/)]
20. VUKASOVIČ, Tina. Searching for competitive advantage with the brand extension process. *The Journal of product & brand management*, ISSN 1061-0421, 2012, vol. 21, no. 7, str. 492-498, doi: [10.1108/10610421211276231](https://doi.org/10.1108/10610421211276231). [COBISS.SI-ID [1024477780](https://www.cobiss.si/)]
21. VUKASOVIČ, Tina. Correlations between the country of origin (COO), marketing mix elements and the brand value. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, 2012, vol. 68, no. 4, str. 627-636, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S0043933912000761](https://doi.org/10.1017/S0043933912000761). [COBISS.SI-ID [1024478036](https://www.cobiss.si/)]
22. VUKASOVIČ, Tina. Correlations between the country of origin (COO), marketing mix elements and the brand value. *World's poultry science journal*, ISSN 1743-4777. [Spletna izd.], dec. 2012, vol. 68, no. 4, str. 627-636, ilustr. <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8754180&fulltextType=RV&fileId=S0043933912000761>. [COBISS.SI-ID [16547381](https://www.cobiss.si/)]
23. VUKASOVIČ, Tina. The importance of national chicken meat origin in Central and South-Eastern Europe. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, 2011, vol. 67, no. 2, str. 237-242, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S0043933911000262](https://doi.org/10.1017/S0043933911000262). [COBISS.SI-ID [3990487](https://www.cobiss.si/)]
24. VUKASOVIČ, Tina. Conceptual model of strategic positioning of a poultry brand. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, dec. 2011, vol. 67, no. 4, str. 643-652, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S0043933911000730](https://doi.org/10.1017/S0043933911000730). [COBISS.SI-ID [4152791](https://www.cobiss.si/)]
25. VUKASOVIČ, Tina. Buying - decision making process for poultry meat. *British food journal*, ISSN 0007-070X, 2010, vol. 112, is. 2, str. 125-139, ilustr., tabele, doi: [10.1108/00070701011018815](https://doi.org/10.1108/00070701011018815). [COBISS.SI-ID [3396567](https://www.cobiss.si/)]
26. VUKASOVIČ, Tina, BOJNEC, Štefan. Empirično preverjanje modela povezav med poreklom izdelka in zaznano vrednostjo blagovne znamke. *Management*, ISSN 1854-4223, zima 2010, let. 5, št. 4, str. 375-391, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/5_375-391.pdf. [COBISS.SI-ID [3802327](https://www.cobiss.si/)]
27. VUKASOVIČ, Tina. Searching for competitive advantage with the aid of the brand potential index. *The Journal of product & brand management*, ISSN 1061-0421, 2009, vol. 18, no. 3, str. 165-176, doi: [10.1108/10610420910957799](https://doi.org/10.1108/10610420910957799). [COBISS.SI-ID [3230679](https://www.cobiss.si/)]
28. VUKASOVIČ, Tina. Raziskovalni model strateškega repozicioniranja blagovne znamke. *Management*, ISSN 1854-4223, jesen 2009, let. 4, št. 3, str. 259-280, ilustr. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/4_259-280.pdf. [COBISS.SI-ID [3310295](https://www.cobiss.si/)]
29. VUKASOVIČ, Tina. Consumer perception of poultry meat and the importance of country of origin in a purchase making process. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, 2009, vol. 65, no. 1, str. 65-74, doi: [10.1017/S0043933909000005](https://doi.org/10.1017/S0043933909000005). [COBISS.SI-ID [3076055](https://www.cobiss.si/)]
- 1.02 Pregledni znanstveni članek**
30. VUKASOVIČ, Tina. World poultry market faces accelerated change. *PPM*, ISSN 1871-1154, 2009, vol. 5, no. 1, str. 18-19, tabele. [COBISS.SI-ID [3477463](https://www.cobiss.si/)]
- 1.04 Strokovni članek**
31. VUKASOVIČ, Tina. 17. Slovenska marketinška konferenca. *Perutninar*, 2012, let. 36, št. 2, str. 7. [COBISS.SI-ID [16256053](https://www.cobiss.si/)]
32. VUKASOVIČ, Tina. Vpliv porekla izdelka na zaznano vrednost blagovne znamke. *Perutninar*, 2011, let. 35, št. 2, str. 6-7. [COBISS.SI-ID [4037591](https://www.cobiss.si/)]
33. VUKASOVIČ, Tina. Marketing - odgovornost za dobiček in rast. *Perutninar*, 2011, let. 35, št. 2, str. 8. [COBISS.SI-ID [4037847](https://www.cobiss.si/)]
34. VUKASOVIČ, Tina. Veliki zmagovalci. *Perutninar*, 2010, let. 35 [i. e. 34], št. 1, str. 10. [COBISS.SI-ID [3519959](https://www.cobiss.si/)]
35. VUKASOVIČ, Tina. Vpliv izvora izdelka na vrednotenje njegovih lastnosti pri porabnikih = The impact of the product origin on the consumer evaluation of product properties. *Akademija MM*, ISSN 1408-1652, 2009, letn. 9, št. 13, str. 77-88, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID [3200471](https://www.cobiss.si/)]

36. VUKASOVIČ, Tina. Srečanje managerjev kmetijskih in živilskih podjetij. *Perutninar*, 2009, let. 33, št. 2, str. 7. [COBISS.SI-ID [3283671](#)]
37. VUKASOVIČ, Tina. Analiza vpliva izvora piščančjega izdelka na vrednotenje njegovih lastnosti pri uporabniku. *Perutninar*, 2009, let. 33, št. 2, str. 8. [COBISS.SI-ID [3283927](#)]
38. VUKASOVIČ, Tina. Poli ima mlajšega brata - Poli snack. *Perutninar*, 2009, let. 33, št. 2, str. 9. [COBISS.SI-ID [3284183](#)]
39. VUKASOVIČ, Tina. Trendi in značilnosti na evropskem trgu perutninskega mesa in izdelkov. *Perutninar*, 2009, let. 33, št. 2, str. 13. [COBISS.SI-ID [3284439](#)]
40. VUKASOVIČ, Tina, HRASTAR, Lenka, POTUROVIČ, Lejla. Primer tržne raziskave kot izhodišče razvoja nove linije izdelkov PP Slim & fit : Tina Vukasovič, Lenka Hrastar, Lejla Poturovič. *Kapital*, ISSN 1318-1378. [Tiskana izd.], 29. sep. 2008, letn. 18, št. 452, str. 82. [COBISS.SI-ID [2928343](#)]
41. VUKASOVIČ, Tina. Trg perutninskega mesa : trendi in napovedi do leta 2013 v Evropi/EU. *Perutninar*, 2008, let. 32, št. 1, str. 9. [COBISS.SI-ID [2643671](#)]
42. VUKASOVIČ, Tina. 7. mednarodna konferenca GFK Shopper Insight. *Perutninar*, 2008, let. 32, št. 2, str. 16. [COBISS.SI-ID [2754007](#)]
43. VUKASOVIČ, Tina. Trendi v prehrani. *Perutninar*, 2008, let. 32, št. 2, str. 17. [COBISS.SI-ID [2754263](#)]
44. VUKASOVIČ, Tina. Perutnina Ptuj z linijo izdelkov Slim & fit. *Perutninar*, okt. 2008, let. 32, št. 3, str. [6]. [COBISS.SI-ID [2928599](#)]
45. OSTIČ, Branka, VUKASOVIČ, Tina. Trženjski kolegij Skupine PP v Banja Luki : mednarodno delovno srečanje. *Perutninar*, 2008, let. 32, št. 4, str. 5. [COBISS.SI-ID [3075543](#)]
46. VUKASOVIČ, Tina. Mednarodna predstavitev naših tržnih raziskav : SEEMAR 2008. *Perutninar*, 2008, let. 32, št. 4, str. 7. [COBISS.SI-ID [3075799](#)]
47. VUKASOVIČ, Tina, VUK, Ksenija. Trendi na globalnem trgu mesa. *Perutninar*, 2007, let. 31, št. 4, str. 6. [COBISS.SI-ID [2643415](#)]
48. VUKASOVIČ, Tina. 10. slovenska marketinška konferenca. *Perutninar*, 2005, let. 29, št. 2, str. 7. [COBISS.SI-ID [2643159](#)]

izr. prof. dr. Drago Dubrovski

Drago Dubrovski je doktor ekonomskih znanosti in svetovalec s področja vodenja in upravljanja ter sanacije podjetij. Več let je bil zaposlen kot komercialni direktor v mednarodnem industrijskem podjetju, sedaj pa kot direktor v zasebni svetovalni družbi. Je predavatelj na dodiplomskem in podiplomskem študiju na in Mednarodni fakulteti za družbene in poslovne študije v Celju, Fakulteti za management v Kopru in GEA College – Fakulteti za podjetništvo v Ljubljani. Je veščak Zveze ekonomistov Slovenije, sodni izvedenec ekonomske stroke za mednarodno poslovanje in finance, imetnik licence za opravljanje funkcije upravitelja v insolvenčnih postopkih, član več nadzornih svetov in imetnik listine A ekspertnega člana nadzornega sveta. Avtor visokošolskih učbenikov in več kot 70 strokovnih in znanstvenih člankov v slovenskih strokovnih revijah in prispevkov na vabljenih mednarodnih kongresih. Je izredni profesor za znanstveno področje mednarodnega poslovanja.

Drago Dubrovski took the doctor's degree at Economics-Business Faculty in Maribor (Slovenia), field International Business. He is part-time Associate Professor at International School for Social and Business Studies Celje, Faculty of Management Koper and GEA College in Ljubljana and managing director in a private management consulting company, focused on international business, restructuring projects and crisis management. He worked also as sales manager in international industrial company and crisis manager in several Slovenian companies. He is verified expert of Slovene Economist's Association and judicial expert, member of several Supervisory Boards and has a licence for managing the insolvency procedures. His research areas are crisis management & corporate renewal, strategic alliances, mergers & acquisitions, and international business. He is author of 6 books and 70 articles from the above mentioned fields.

Več na COBISS

1.01 Izvirni znanstveni članek

1. DUBROVSKI, Drago. Crisis as the initiator of the changes in ineffective business models. *International center for business research*, mar. 2014, vol. 3, str. [9]-15, tabela. http://icbr.net/pub/full_pdf/icbr.net-0303.117.pdf. [COBISS.SI-ID [13104545](#)]
2. DUBROVSKI, Drago. The role of marketing restructuring in a company crisis. *International Journal of Economic Practices and Theories*, ISSN 2247-7225, 2014, vol. 4, no. 5, str. 658-667. http://www.ijept.org/index.php/ijept/article/view/The_Role_of_Marketing_Restructuring_in_a_Company_Crisis/pdf_36. [COBISS.SI-ID [1537089220](#)]
3. DUBROVSKI, Drago. The competent management team as a condition for successful crisis solving. *Open journal of business and management*, ISSN 2329-3292, oct. 2014, vol. 2, no 4, str. 321-328, tabela. <http://www.scirp.org/journal/ojbm/>. [COBISS.SI-ID [13105057](#)]

4. DUBROVSKI, Drago. Maintaining stakeholders' value in the times of crisis. *Economy & business*, ISSN 1313-2555, 2011, vol. 5, part 1, str. 274-284, ilustr. <http://www.scientific-publications.net/download/economy-and-business-2011-1.pdf>. [COBISS.SI-ID [15579701](#)]
5. DUBROVSKI, Drago. Pomembnost ugotavljanja pravih vzrokov za nastanek podjetniške krize. *Management*, ISSN 1854-4223, pomlad 2010, let. 5, št. 1, str. 37-52, graf. prikazi. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/5_037-052.pdf. [COBISS.SI-ID [3507671](#)]
6. DUBROVSKI, Drago. Management mistakes in contemporary corporate decision-making. *Economy & business*, ISSN 1313-2555, 2009, vol. 3, part 1, str. 104-117, ilustr. <http://www.scientific-publications.net/download/economy-and-business-2009.html>. [COBISS.SI-ID [14864949](#)]
7. DUBROVSKI, Drago. Management mistakes as causes of corporate crises : countries in transition. *Managing global transitions*, ISSN 1581-6311. [Tiskana izd.], winter 2007, vol. 5, no. 4, str. 333-354. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/5_333-354.pdf. [COBISS.SI-ID [2495703](#)]
8. DUBROVSKI, Drago. Insolvenčni postopki kot oblika uspešnega ali neuspešnega razreševanja kriz v podjetjih. *Podjetje in delo*, ISSN 0353-6521, 2006, leto 32, št. 8, str. 1795-1829. [COBISS.SI-ID [1912279](#)]
9. DUBROVSKI, Drago. Restructuring and business reengineering in integrative processes. *Managing global transitions*, ISSN 1581-6311. [Tiskana izd.], 2005, vol. 3, no. 1, str. [71]-93. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/3_071-093.pdf. [COBISS.SI-ID [1331159](#)]
10. DUBROVSKI, Drago. Namen in cilji strateških povezav : razprava. *Organizacija*, ISSN 1318-5454, jan. 2004, letn. 37, št. 1, str. 37-42, tabele, graf. prikazi. [COBISS.SI-ID [14271462](#)]
11. DUBROVSKI, Drago. Peculiarities of managing a company in crisis. *Total quality management & business excellence*, ISSN 1478-3363, 2004, vol. 15, no. 9-10, str. 1199-1207, doi: [10.1080/1478336042000255578](https://doi.org/10.1080/1478336042000255578). [COBISS.SI-ID [1148119](#)]
12. DUBROVSKI, Drago. The role of customer satisfaction in achieving business excellence. *Total quality management*, ISSN 0954-4127, dec. 2001, vol. 12, no. 7/8, str. 920-925. [COBISS.SI-ID [6070812](#)]
13. DUBROVSKI, Drago. Pomen zaznane kakovosti in vrednosti pri nakupnih odločitvah potrošnikov. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 1997, let. 43, št. 3/4, str. 262-275. [COBISS.SI-ID [3488796](#)]
14. DUBROVSKI, Drago. Strateške zveze - sodoben način mednarodnega poslovanja. *Slovenska ekonomska revija*, ISSN 0354-0731, 1997, 48, št. 6, str. 483-506. [COBISS.SI-ID [3673116](#)]
15. DUBROVSKI, Drago. Model potrošnikovega zadovoljstva = Model of customer satisfaction. *Slovenska ekonomska revija*, ISSN 0354-0731, oktober 1997, let. 48, št. 5, str. 407-418. [COBISS.SI-ID [3559452](#)]
16. DUBROVSKI, Drago. Razvojne spremembe v sodobnem trženju in čas kot element trženjskega spleta. *Slovenska ekonomska revija*, ISSN 0354-0731, junij 1995, let. 46, št. 3, str. 235-244. [COBISS.SI-ID [3380508](#)]
17. DUBROVSKI, Drago. Načrtovanje in izvajanje koncepta tržne kakovosti izdelka. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 1994, let. 40, št. 6, str. 704-712. [COBISS.SI-ID [3379740](#)]
18. DUBROVSKI, Drago. Iskanje kavzalne zveze med kakovostjo in dobičkom na osnovi modelskih variabel projekta PIMS. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 1992, let. 38, št. 3-4, str. 311-329. [COBISS.SI-ID [59289856](#)]
19. DUBROVSKI, Drago. Finančni, trženjski in drugi vidiki kakovosti. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 1991, let. 37, št. 3-4, str. 315-330. [COBISS.SI-ID [54749696](#)]
20. DUBROVSKI, Drago. Sodobne paradigme kakovosti. *Ekonomska revija*, ISSN 0013-3256, 1989, let. 40, št. 2, str. 151-167. [COBISS.SI-ID [12135426](#)]
21. DUBROVSKI, Drago. Prispevek k opredelitvi konkurenčnosti in kakovosti. *Ekonomska revija*, ISSN 0013-3256, 1988, let. 39, št. 1, str. 35-50. [COBISS.SI-ID [3380252](#)]
- 1.02 Pregledni znanstveni članek**
22. DUBROVSKI, Drago. Management mistakes as causes of corporate crises : managerial implications for countries in transition. *Total quality management & business excellence*, ISSN 1478-3363, 2009, vol. 20, no. 1-2, str. 39-59. [COBISS.SI-ID [3074775](#)]
23. DUBROVSKI, Drago. Privlačnost in zahtevnost iskanja in oskrbovanja tržnih niš = Attractiveness and complexity of searching and serving market niches. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 2007, letn. 53, št. 3/4, str. 90-99. [COBISS.SI-ID [2199511](#)]
24. DUBROVSKI, Drago. Pomen načrtovanja aktivnosti v povezovalnih procesih. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 2003, letn. 49, št. 3/4, str. 256-272. [COBISS.SI-ID [7105820](#)]
25. DUBROVSKI, Drago. Skupne naložbe kot strateški instrument mednarodnega kooperativnega trženja. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 2003, let. 49, št. 5/6, str. 553-570. [COBISS.SI-ID [14407142](#)]
26. DUBROVSKI, Drago. Pomen storitvene sestavine izdelka. *Naše gospodarstvo*, ISSN 0547-3101. [Tiskana izd.], 1995, 41, št. 5/6, str. 533-540. [COBISS.SI-ID [3379996](#)]
27. DUBROVSKI, Drago. Tehnicistično gledanje na kakovost ali miti o kakovosti. *Kakovost*, ISSN 1318-0002, oktober 1994, št. 3/4, str. 2-3. [COBISS.SI-ID [3381532](#)]
28. DUBROVSKI, Drago. Informacijska komponenta izdelka. *Slovenska ekonomska revija*, ISSN 0354-0731, avgust 1991, let. 42, št. 3/4, str. 213-230. [COBISS.SI-ID [61991680](#)]

1.04 Strokovni članek

29. DUBROVSKI, Drago. Kriza, revolucijske spremembe in kompetence managementa. *Izzivi managementu*, ISSN 1855-5756, okt. 2011, letn. 3, št. 2, str. 4-10. http://www.sam-d.si/upload/content/IM_2011_02_10.pdf. [COBISS.SI-ID [15659061](#)]
30. DUBROVSKI, Drago. Kriza je pred vrati - potrebni so takojšnji ukrepi. *Glas gospodarstva*, ISSN 1318-3672, nov. 2008, str. 24-25. [COBISS.SI-ID [2976471](#)]
31. DUBROVSKI, Drago. Novi ZFPPIPP: en korak naprej, dva nazaj. *PP*, ISSN 0352-0730, 24. jul. 2008, leto 27, št. 29/30, str. 8-10. [COBISS.SI-ID [9381457](#)]
32. DUBROVSKI, Drago. Neizplačane odpravnine v stečajnih postopkih. *PP*, ISSN 0352-0730, 7. okt. 2004, letn. 23, št. 33/34, str. 11-12. [COBISS.SI-ID [6903121](#)]
33. DUBROVSKI, Drago. Odpoved pogodb o zaposlitvi v postopkih stačja, sodne likvidacije in prisilne poravnave. *PP*, ISSN 0352-0730, 3. okt. 2002, leto 21, [št.]35, str. 26-27. [COBISS.SI-ID [122541568](#)]
34. DUBROVSKI, Drago. Bilančna matematika ne pomaga : krizni menedžment. *Gospodarski vestnik*, ISSN 0432-1146. [Tiskana izd.], 13. sep. 2002, leto 50, št. 37, str. 62-65. [COBISS.SI-ID [6524700](#)]
35. DUBROVSKI, Drago. Sprememba osnovnega kapitala v prisilni poravnavi - drug(ačn)o mnenje. *PP*, ISSN 0352-0730, 26. okt. 2000, leto 19/481/482, št. 29/30, str. 12-13. [COBISS.SI-ID [11182054](#)]
36. DUBROVSKI, Drago. Proizvodnja strojev in naprav ter predelava kovin : analiza stanja in predlogi ukrepov v panogi. *Poročevalec Državnega zbora Republike Slovenije*, ISSN 1318-0169. [Tiskana izd.], 18.IX.1998, 24, št. 56, str. 83-98. [COBISS.SI-ID [4236060](#)]
37. DUBROVSKI, Drago. Univerzalnega priročnika za zagotavljanje kakovosti ni : shema načrtnega pristopa h kakovosti v podjetju. *Delo*, ISSN 0350-7521, 4.VIII.1993, let. 35, št. 178, str. 14. [COBISS.SI-ID [42507264](#)]
38. DUBROVSKI, Drago. Za vaš uspeh v konkurenci. *RR*, ISSN 0352-7832, 1990, let. 6, št. 5, str. 32-33. [COBISS.SI-ID [48843264](#)]
39. DUBROVSKI, Drago. Kompleksnost konkurenčnosti. *RR*, ISSN 0352-7832, 1990, let. 6, št. 6, str. 22-25. [COBISS.SI-ID [17654018](#)]