



UČNI NAČRT / COURSE SYLLABI

Predmet / Course	Osnove managementa blagovnih znamk / Brand Management Basics
Šifra predmeta / Course Code	B13ZNAMK-OMBZ6-ESD
Nosilec predmeta / Course Coordinator	izr. prof. dr. Tina Vukasović
Vrsta predmeta / Type of the course	izbirni / elective
Jezik / Language - Vaje / Tutorials - Predavanja / Lecture	Slovenski / Slovene, Angleški / English Slovenski / Slovene, Angleški / English
Študijski program / Programme	Ekonomija v sodobni družbi (1. stopnja) / Economy in Contemporary Society (1st cycle)
Letnik / Year	3.
Primarno študijsko področje / Primary Study Field	Poslovne vede - Klasius 34
Pogoji za vključitev / Requirements	Poznavanje osnov marketinga.

Predavanja Lectures	Vaje Tutorials	Druge oblike študija Other Type of Study	Samostojno delo Individual work	Ure dela Work hours	ECTS
20	40	0	90	150	6

a) Vsebina / Content:

1. Koncept blagovne znamke. 2. Uravnotežen pogled na blagovno znamko. 3. Strategije blagovnih znamk. 4. Imidž in identiteta blagovnih znamk. 5. Razvrstitev blagovnih znamk.	1. Brand concept. 2. Brand balanced view. 3. Brand strategies. 4. Brand image and identity. 5. Brand architecture.
--	--

Splošne kompetence / General Competencies:

<i>Študent bo pridobil znanje in spretnosti na naslednjih splošnih vsebinskih področjih:</i> SPL1: Delo s podatki in informacijami; SPL6: Etičnost; SPL8: Spretnosti kritičnega mišljenja; SPL9: Ustvarjanje novih zamisli (ustvarjalnost); SPL11: Spretnosti organiziranja in načrtovanja (npr. lastnega dela, dela drugih);	<i>Student will acquire knowledge and skills in the following general areas:</i> SPL1: Work with data and information; SPL6: Ethics; SPL8: Critical thinking; SPL9: Creativity; SPL11: Organising and planning skills;
---	--

Predmetno specifične kompetence / Course Specific Competencies:

<i>Študent bo pridobil znanje in spretnosti na naslednjih specifičnih vsebinskih področjih:</i> PSP1: Značilnosti organizacije, funkcijska področja in razmerja med njimi.; PSP2: Pregled poslovanja, problemi, izzivi in njihovo reševanje, svetovalni načrt.; PSP4: Metode in orodja za analizo notranjega in zunanjega okolja in določanje razvojnih perspektiv organizacije; PSP11: Psihologija na vsebinskem področju predmeta; PSP12: Informacijski sistemi in programska oprema na vsebinskem področju predmeta; PSP18: Splošna razgledanost na vsebinskem področju predmeta.	<i>Student will acquire knowledge and skills in the following specific areas:</i> PSP1: Organizations' characteristics, functional areas and the relationships between them; PSP2: Organisational audit, problems and challenges in business, problem solving, consultancy plans; PSP4: Methods and tools for analysis of an organisation and its environment to identify perspectives; PSP11: Psychology in the field of the course; PSP12: Information systems and software in the fields of the course; PSP18: General overview of the course content area.
---	---

Predvideni študijski izidi / Intended Learning Outcomes:

<p><i>Študent bo dosegel naslednje študijske izide:</i></p> <p>1. Pozna delovanje podjetja z vidika različnih funkcij, ki potekajo v podjetju ter med podjetjem in zunanjim okoljem. 2. Pojasni pomen blagovnih znamk za udeležence v menjalnih procesih. 3. Razume pomen blagovnih znamk za uspešnost delovanja podjetij. 4. Razume pomen osnovnih konceptov managementa blagovnih znamk za sprejemanje marketinških odločitev v praksi. 5. Pozna načine vstopa na novo tržišče in zna uporabiti orodja za izvedbo vstopa. 6. Ovrednoti alternative in kritično razmisliti o možnih rešitvah. 7. Uporablja metode in orodja za analizo okolja. 8. Ugotovi značilnosti uspešnosti aktivnosti v procesu upravljanja blagovnih znamk. 9. Aktivno sodeluje v skupinah, vodi tim, načrtuje in razporeja delo. 10. Reši več strokovnih problemov. 11. Pozna informacijska orodja in programsko opremo za izvedbo raziskave in analize trga. 12. Uporabi ustrezne metode raziskave trga glede na namen raziskovanja. 13. Analizira in interpretira dobljene rezultate raziskave trga. 14. Uporabi pridobljeno znanje in veščine pri raziskovalnem in strokovnem delu. 15. Argumentirano zagovarja stališče v dialogu. 16. Zamisli si nove ideje in situacije. 17. Vztraja in dokonča svoje naloge. 18. Ugotovi svoje napake in jih popravi.</p>	<p><i>Student will achieve the following learning outcomes:</i></p> <p>1. Knows the company's operations from the perspective of different functions taking place within the company and between the company and the external environment. 2. Explains the importance of brands for participants in exchange processes. 3. Gains the understanding of the importance of brands for organizational performance. 4. Understands the importance of basic brand management concepts to take marketing decisions in the practice. 5. Knows the ways of entering a new market and knows how to use the tools to carry out the entry. 6. Evaluates alternatives and critically reflect on possible solutions. 7. methods and tools for environmental analysis. 8. Determines features of brand management performance. 9. Actively cooperates in teams, manages team, plans and schedules work. 10. Solves professional problems. 11. Knows information tools and software to carry out market research and analysis. 12. Uses appropriate research methods depending on the purpose of research. 13. Analyzes and interprets research results. 14. Applies his knowledge and skills in research and professional work. 15. Argues his standpoint in the dialogue. 16. Imagines new ideas and situations. 17. Maintains and completes his tasks. 18. Finds his mistakes and corrects them.</p>
---	---

Oblike in metode poučevanja in učenja / Types and Methods of Teaching and Learning

Oblike dela	Frontalna oblika poučevanja; Delo v manjših skupinah; Samostojno delo študenta; E-učenje
Types of Teaching and Learning	Frontal teaching; Work in smaller groups or pairs; Independent student work; E-learning
Metode dela Teaching and Learning Methods	Razlaga; Razgovor/diskusija/debata; Delo z besedilom; Proučevanje primera; Javni nastop; Reševanje nalog; Gost iz prakse; Explanation; Conversation/discussion/debate; Work with text; Case study; Public presentation; Solving exercises; Guest from practice;

Načini ocenjevanja v % / Types of Student Assessment

Sprotno ustno ocenjevanje / Oral Assessment	/
Sprotno pisno ocenjevanje / Written Assessment	30
Daljši pisni izdelek / Longer written casework ¹ /	/
Javni nastop s predstavitevjo rezultatov / Presentations ²	10
Končni pisni izpit / Final written examination	60
Končni ustni izpit / Final oral examination	/
Udeležba in sodelovanje / Participation and cooperation	/

¹ Seminarska ali projektna naloga, raziskovalna naloga ipd.

² Plakat, naloga, prispevek

Temeljna literatura / Literature:

1.Vukasovič, T. (2012): Trženje – od temeljev trženja do strateškega tržnega načrtovanja: Univerza na Primorskem. Koper 2.De Chernatony, L. (2002): Blagovna znamka: od vizije do vrednotenja - strateško oblikovanje in vzdrževanje blagovnih znamk. Ljubljana : GV založba 3.Keller, K.L. (2012). Strategic Brand Management. Upper Saddle River, N. J., London 4.Trunk Širca, N., Jošt, V., Skrbinjek, V. 2012. Pisna dela v visokem šolstvu in osnove raziskovanja. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije

Reference nosilca / Lecturer's references:

Več na Cobiss/More on Cobiss 1.01 Izvirni znanstveni članek 1. 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. 1475490, ilustr., tabele. http://www.sciencedomain.org/abstract.php?iid=515&id=20&aid=4703#.U75GSZR_v64, doi: 10.9734/BJEMT/2014/10300. [COBISS.SI-ID 1536590276] 2. 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 0179415, 2014, vol. 29, no. 1, str. 426, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 1536305092] 3. VUKASOVIČ, Tina. Poultry is on the upswing. Fleischwirtschaft international, ISSN 2193149, 2014, vol. 2, str. 260, tabele. [COBISS.SI-ID 512695856] 4. VUKASOVIČ, Tina. Consumer preference for traditional products in West Balkans countries. Journal of international food & agribusiness marketing, ISSN 0897438, 2014, vol. 26, no. 3, str. 17388, ilustr., tabele. <http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2014.868852>, doi: 10.1080/08974438.2014.868852. [COBISS.SI-ID 1536602052], [SNIP, Scopus do 26. 11. 2014: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 5. VUKASOVIČ, Tina, BARKOVIČ, Martina. Evaluating the effectiveness of brand positioning from a consumer perspective. Journal of social sciences research, ISSN 2321091, 2014, vol. 6, no. 1, str. 89804. <http://cirworld.com/journals/index.php/jssr/index>. [COBISS.SI-ID 512706608] 6. VUKASOVIČ, Tina, ZIDAR, Jure. Uvedba novega izdelka na evropsko tržišče ob upoštevanju notranjih potencialov podjetja. Management, ISSN 1854231, pomlad 2014, leto 9, št. 1, str. 338, tabele. http://www.fm.upr.si/zalozba/ISSN/1854231/9_033-048.pdf. [COBISS.SI-ID 1536602308] 7. VUKASOVIČ, Tina. Pomembna znanja in sposobnosti, ki odlikujejo uspešnega tržnika = Important knowledge and skills that distinguish successful marketers. Mednarodno inovativno poslovanje, ISSN 1855175, 2014, letn. 6, št. 1, ilustr. [http://journal.doba.si/letnik_6_\(2014\)_st__1](http://journal.doba.si/letnik_6_(2014)_st__1). [COBISS.SI-ID 512678704] 8. VUKASOVIČ, Tina. European meat market trends and consumer preference for poultry meat in buying decision making process. World's Poultry Science Journal, ISSN 0043339, 2014, vol. 70, no. 2, str. 28902, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 1536585412], [JCR, SNIP, WoS do 4. 8. 2014: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0, Scopus do 9. 7. 2014: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 9. VUKASOVIČ, Tina. Consumer preferences in organic meat. Fleischwirtschaft international, ISSN 0179415, 2013, vol. 28, 1, str. 382. [COBISS.SI-ID 1024497492] 10. VUKASOVIČ, Tina. Building successful brand by using social networking media. Journal of Media and Communication Studies, ISSN 2141545, 2013, vol. 5, no. 6, str. 563, ilustr., tabele, doi: 10.5897/JMCS2013. 0352. [COBISS.SI-ID 1536040388] 11. VUKASOVIČ, Tina, RUŽMAN, Robert. Analiza vpliva čustvene inteligence zaposlenih na uspešnost delovanja organizacije. Management, ISSN 1854231, fall 2013, leto 8, št. 3, str. 23350, tabele. http://www.fm.upr.si/zalozba/ISSN/1854231/8_23350.pdf. [COBISS.SI-ID 4869847] 12. VUKASOVIČ, Tina. Social media and its implications for building brand relationship. Modern Management Review, ISSN 2300366, 2013, vol. 18, no. 3, str. 17993, doi: 10.7862/rz.2013.mmr.38. [COBISS.SI-ID 1536589764] 13. VUKASOVIČ, Tina. Attitude towards organic meat : an empirical investigation on West Balkans Countries (WBC) consumers. World's Poultry Science Journal, ISSN 0043339, 2013, vol. 69, no. 3, str. 52739, ilustr., tabele, doi: 10.1017/S004393391300055X. [COBISS.SI-ID 1024537940], [JCR, SNIP, WoS do 21. 10. 2013: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0, Scopus do 21. 3. 2014: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 14. VUKASOVIČ, Tina. Brand value as an element of sustainable competitive advantage. International journal of sustainable economy, ISSN 1756804, 2012, vol. 4, no. 4, str. 39009, doi: 10.1504/IJSE.2012.049610. [COBISS.SI-ID 4507095] 15. 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. 49298, doi: 10.1108/10610421211276231. [COBISS.SI-

ID 1024477780], [SNIP, Scopus do 8. 10. 2014: št. citatov (TC): 1, čistih citatov (CI): 1, normirano št. čistih citatov (NC): 4] 16. VUKASOVIČ, Tina. Correlations between the country of origin (COO), marketing mix elements and the brand value. World's Poultry Science Journal, ISSN 0043339, 2012, vol. 68, no. 4, str. 62736, ilustr., tabele, doi: 10.1017/S0043933912000761. [COBISS.SI-ID 1024478036], [JCR, SNIP, WoS do 5. 11. 2014: št. citatov (TC): 3, čistih citatov (CI): 1, normirano št. čistih citatov (NC): 1, Scopus do 17. 9. 2014: št. citatov (TC): 3, čistih citatov (CI): 1, normirano št. čistih citatov (NC): 1] 17. VUKASOVIČ, Tina. Correlations between the country of origin (COO), marketing mix elements and the brand value. World's poultry science journal, ISSN 1743777. [Spletna izd.], dec. 2012, vol. 68, no. 4, str. 62736, ilustr. <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8754180&fulltextType=RV&fileId=S0043933912000761>. [COBISS.SI-ID 16547381], [JCR, SNIP] 18. VUKASOVIČ, Tina. The importance of national chicken meat origin in Central and South-Eastern Europe. World's Poultry Science Journal, ISSN 0043339, 2011, vol. 67, no. 2, str. 23742, ilustr., tabele, doi: 10.1017/S0043933911000262. [COBISS.SI-ID 3990487], [JCR, SNIP, WoS do 4. 8. 2014: št. citatov (TC): 4, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0, Scopus do 5. 8. 2014: št. citatov (TC): 6, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 19. VUKASOVIČ, Tina. Conceptual model of strategic positioning of a poultry brand. World's Poultry Science Journal, ISSN 0043339, dec. 2011, vol. 67, no. 4, str. 64352, ilustr., tabele, doi: 10.1017/S0043933911000730. [COBISS.SI-ID 4152791], [JCR, SNIP, WoS do 15. 2. 2013: št. citatov (TC): 1, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0, Scopus do 27. 3. 2013: št. citatov (TC): 1, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 20. VUKASOVIČ, Tina. Buying - decision making process for poultry meat. British food journal, ISSN 0007-070X, 2010, vol. 112, is. 2, str. 12539, ilustr., tabele, doi: 10.1108/00070701011018815. [COBISS.SI-ID 3396567], [JCR, SNIP, WoS do 4. 11. 2014: št. citatov (TC): 8, čistih citatov (CI): 3, normirano št. čistih citatov (NC): 2, Scopus do 7. 10. 2014: št. citatov (TC): 12, čistih citatov (CI): 5, normirano št. čistih citatov (NC): 4] 21. VUKASOVIČ, Tina, BOJNEC, Štefan. Empirično preverjanje modela povezav med poreklom izdelka in zaznano vrednostjo blagovne znamke. Management, ISSN 1854223, zima 2010, let. 5, št. 4, str. 37591, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854231/5_37591.pdf. [COBISS.SI-ID 3802327] 22. 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. 16576, doi: 10.1108/10610420910957799. [COBISS.SI-ID 3230679], [SNIP, Scopus do 17. 4. 2013: št. citatov (TC): 9, čistih citatov (CI): 5, normirano št. čistih citatov (NC): 20] 23. VUKASOVIČ, Tina. Raziskovalni model strateškega repozicioniranja blagovne znamke. Management, ISSN 1854223, jesen 2009, let. 4, št. 3, str. 25980, ilustr. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854231/4_25980.pdf. [COBISS.SI-ID 3310295] 24. 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 0043339, 2009, vol. 65, no. 1, str. 654, doi: 10.1017/S0043933909000005. [COBISS.SI-ID 3076055], [JCR, SNIP, WoS do 3. 11. 2014: št. citatov (TC): 12, čistih citatov (CI): 7, normirano št. čistih citatov (NC): 8, Scopus do 18. 11. 2014: št. citatov (TC): 17, čistih citatov (CI): 9, normirano št. čistih citatov (NC): 10] 1.02 Pregledni znanstveni članek 25. VUKASOVIČ, Tina. World poultry market faces accelerated change. PPM, ISSN 1871154, 2009, vol. 5, no. 1, str. 189, tabele. [COBISS.SI-ID 3477463] 1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci 53. VUKASOVIČ, Tina. A comparative study of important knowledge and skills of marketing professionals. V: Management, Knowledge and Learning International Conference 2014, 257 June 2014, Portorož, Slovenia. DERMOL, Valerij (ur.), SMRKOLJ, Marko (ur.), ĐAKOVIĆ, Goran (ur.). Human capital without borders : knowledge and learning for quality of life : proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2014, 257 June 2014, Portorož, Slovenia, (MakeLearn, ISSN 2232309). Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2014, str. 696. <http://www.toknowpress.net/ISBN/97861914-09/papers/ML1478.pdf>. [COBISS.SI-ID 1536583364] 54. VUKASOVIČ, Tina, STRAŠEK, Rok. #A #study on effective communication strategy in developing brand communication : analysis of social networking site. V: World Congress on Engineering 2014, London, UK, June 2, 2014. Proceedings : proceedings of the World Congress on Engineering 2014, WCE 2014, London, UK, July 2, 2014 : vol. 1. London: International Association of Engineers, 2014, str. 69093. [COBISS.SI-ID 512683056] 55. VUKASOVIČ, Tina. Brand developing relationships through social media. V: DERMOL, Valerij (ur.), TRUNK ŠIRCA, Nada (ur.), ĐAKOVIĆ, Goran (ur.). Active citizenship by knowledge management & innovation : proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013, 191 June 2013, Zadar, Croatia, (MakeLearn, ISSN 2232309). Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2013, str. 9705, tabele, graf. prikazi. <http://www.toknowpress.net/ISBN/97861914-02/papers/ML1328.pdf>. [COBISS.SI-ID 11911841] 56. STRAŠEK, Rok, VUKASOVIČ, Tina. A tool for active FLEET management and analysis of activities of a Snow plowing and a

road salting fleet. V: World Congress on Engineering and Computer Science 2013, San Francisco, USA, October 23 - 25, 2013. AO, Sio-long (ur.). Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science 2013 : WCECS 2013, San Francisco, USA, October 23 - 25, 2013. Hong Kong: Newswood Limited, 2013, str. 95054, ilustr. http://www.iaeng.org/publication/WCECS2013/WCECS2013_pp95054.pdf. [COBISS.SI-ID 12283297], [Scopus do 4. 8. 2014: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0, normirano št. čistih citatov (NC): 0] 57. VUKASOVIČ, Tina. Launching of a new product with the brand extension strategy. V: DERMOL, Valerij (ur.), et al. Knowledge and learning : global empowerment : proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2012, 202 June 2012, Celje, Slovenia, (MakeLearn, ISSN 2232309). Celje: International School for Social and Business Studies, 2012, str. 9707, ilustr. [COBISS.SI-ID 15968565] 58. STRAŠEK, Rok, VUKASOVIČ, Tina. Raziskovalni model strateškega pozicioniranja blagovne znamke = Research model of strategic positioning brand. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.1. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 1750757, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 4236247] 59. VUKASOVIČ, Tina. Vpliv izvora izdelka na vrednotenje njegovih lastnosti pri porabnikih = Impact of the product's origin on tje consumer evaluation of product's properties. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.1. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 2012020, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 4237015] 60. VUKASOVIČ, Tina. Rezultati tržnih raziskav kot osnova za širitev blagovne znamke = The results of market research as the basis for brand extension. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.1. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 2021027, ilustr. [COBISS.SI-ID 4236759] 61. VUKASOVIČ, Tina, STRAŠEK, Rok. Pomen kreativnosti in inovativnosti trženja pri osvajanju novega segmenta potrošnikov = The importance of innovation and creativity of marketing in ownership of a new consumer segment. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : družbena odgovornost za trajnostni razvoj : 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 21.2. oktober 2010, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2010, str. 2277283, ilustr. [COBISS.SI-ID 3738839] 62. VUKASOVIČ, Tina, BOJNEC, Štefan. Strukturni model povezav med poreklom izdelka in zaznano vrednotjo blagovne znamke = Structuralodel of relationships between the origin of the product and the perceived brand name value. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : družbena odgovornost za trajnostni razvoj : 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 21.2. oktober 2010, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2010, str. 2284295, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID 3738583] 63. STRAŠEK, Rok, VUKASOVIČ, Tina. Osvajanje novega segmenta potrošnikov s strategijo širitve blagovne znamke: primer blagovne znamke Perutnine Ptuj = Ownership of a new consumer segment with a brand extension strategy: a case study of trade mark Perutnina Ptuj. V: Znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo Management, izobraževanje in turizem, Portorož, 22.3. oktober 2009. BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : kreativno v spremembe : znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 22.3. oktober 2009, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2009, str. 2611618, ilustr. [COBISS.SI-ID 3347159] 64. VUKASOVIČ, Tina. Inovativnost proizvodov in trženje na trgu izdelkov široke potrošnje: primer blagovne znamke Poli = Innovativity of products and marketing on the fast moving consumer goods market: a case study of brand Poli. V: Znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo Management, izobraževanje in turizem, Portorož, 22.3. oktober 2009. BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Management, izobraževanje in turizem : kreativno v spremembe : znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 22.3. oktober 2009, Portorož : zbornik referatov = proceedings. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2009, str. 3035043, ilustr. [COBISS.SI-ID 3347671] 65. VUKASOVIČ, Tina. Ugotavljanje vpliva izvora piščančjega mesa na zaznavanje porabnikov. V: Jubilejna 10. slovenska marketinška konferenca, torek, 31. maja, in sredo, 1. junija 2005, GH Bernardin, Portorož. Prvo leto v EU - kako so marketinške strategije prestale preizkušnjo? : e-zbornik prispevkov. [Compact disc ed.]. Ljubljana: Društvo za marketing Slovenije: = Slovenian marketing association: Finance, 2005, str. 231. [COBISS.SI-ID 9578774]