



UČNI NAČRT / COURSE SYLLABUS

September 2019

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.
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

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>Student 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>Student 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

<i>Oblike dela</i>	Frontalna oblika poučevanja; Delo v manjših skupinah; Samostojno delo študenta; E-učenje
<i>Types of Teaching and Learning</i>	Frontal teaching; Work in smaller groups or pairs; Independent student work; E-learning
<i>Metode dela</i>	Razlaga; Razgovor/diskusija/debata; Delo z besedilom; Proučevanje primera; Javni nastop; Reševanje nalog; Gost iz prakse;
<i>Teaching and Learning Methods</i>	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 predstavitevijo 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



Lestvica ocenjevanja / Grading scale	številska/numeric
---	-------------------

Temeljna literatura / Literature:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Pompe, A. (2017). Znamka in znamčenje. Sodobno upravljanje znamk. Ljubljana: Gea College in FEBBS.• Vukasovič, T. in Jagodič G. (2017): Osnove trženja in strateškega tržnega načrtovanja. Pearson - vsebine, ki jih nosilka predmeta navede v sklopu uvodnega srečanja.• Trunk Širca, N., Jošt, V., Skrbinjek, V. 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

- VUKASOVIČ, Tina, KOREZ, Bojana, POREKAR PETELIN, Sonja. The expansion of the brand through the establishment of the mobile kitchen system. *Management*, ISSN 1854-4231, spring 2018, vol. 13, no. 1, str. 19-31, preglednice. <http://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/13.19-31.pdf>, doi: [10.26493/1854-4231.13_1](https://doi.org/10.26493/1854-4231.13_1). [COBISS.SI-ID [39536389](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/39536389)]
- VUKASOVIČ, Tina. An empirical investigation of brand equity : a cross-country validation analysis. *Journal of global marketing*, ISSN 0891-1762, 2016, vol. 29, no. 5, str. 251-265, ilustr. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08911762.2016.1194508>, doi: [10.1080/08911762.2016.1194508](https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1194508). [COBISS.SI-ID [38603781](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/38603781)], [SNIP, Scopus do 6. 8. 2016: št. citatov (TC): 0, čistih citatov (CI): 0]
- VUKASOVIČ, Tina. Managing consumer-based brand equity in higher education. *Managing global transitions : international research journal*, ISSN 1854-6935. [Spletna izd.], spring 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](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/512730416)]
- VUKASOVIČ, Tina, MIKULIČ, Nives. Inicijalno definiranje ponude proizvoda kroz zadovoljstvo potrošača. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2015, year 7, vol. 1, ilustr. http://journal.doba.si/letnik_7-2015-st-1/inicijalno-definiranje-ponude-proizvoda-kroz-zadovoljstvo-po. [COBISS.SI-ID [512821808](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/512821808)]
- VUKASOVIČ, Tina, BARKOVIČ, Martina. Percepcija pozicije znamke v očeh slovenskih in tujih turistov. *Revija za ekonomske in poslovne vede*, ISSN 2350-384X, 2015, vol. 2, no. 1, str. 83-96, ilustr. [COBISS.SI-ID [514157943](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/514157943)]
- 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](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/1536590276)]
- 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, 78, tabele. http://www.fm.upr.si/zalozba/ISSN/1854-4231/9_033-048.pdf. [COBISS.SI-ID [1536602308](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/1536602308)]
- VUKASOVIČ, Tina, MIKULIČ, Nives. Product offerings testing through customer satisfaction. *Management*, ISSN 1854-4231, fall 2014, vol. 9, no. 3, str. 223-237, 260, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/9_223-237.pdf. [COBISS.SI-ID [1537115588](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/1537115588)]
- VUKASOVIČ, Tina, JUNC, Vanja. Dejavniki odločanja in zvestobe potrošnikov v procesu nakupa izdelkov izbrane blagovne znamke. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2014, year 6, vol. 3, graf. prikazi. http://journal.doba.si/letnik_6-2014-st-3/dejavniki-odlocanja-in-zvestobe-potrosnikov-v-procesu-nakupa. [COBISS.SI-ID [512723248](https://www.cobiss.si/COBISS.SI-ID/512723248)]
- VUKASOVIČ, Tina. Building successful brand by using social networkingmedia. *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/COBISS.SI-ID/1536040388)]
- 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/COBISS.SI-ID/1536589764)]



- 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](#)]
- 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](#)], [SNIP, Scopus do 25. 1. 2018: št. citatov (TC): 6, čistih citatov (CI): 5]
- 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](#)], [JCR, SNIP, WoS do 15. 2. 2013: št. citatov (TC): 1, čistih citatov (CI): 0, Scopus do 31. 8. 2017: št. citatov (TC): 2, čistih citatov (CI): 0]
- 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](#)]
- 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](#)], [SNIP, Scopus do 22. 3. 2018: št. citatov (TC): 16, čistih citatov (CI): 12]
- 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](#)]