



UČNI NAČRT / COURSE SYLLABUS

Študijsko leto 2020/2021

Predmet / Course	Management blagovnih znamk in globalni trgi / Brand Management and Global Markets
Šifra predmeta / Course Code	B22MBZGT6-MZ
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, - Slovenski / Slovene, -
Študijski program / Programme	Management znanja (2. stopnja) / Knowledge management (2nd Cycle)
Letnik / Year	2.
Pogoji za vključitev / Requirements	Poznavanje osnov marketinga in managementa blagovnih znamk.

Predavanja Lectures	Vaje Tutorials	Druge oblike študija Other Type of Study	Samostojno delo Individual work	Ure dela Work hours	ECTS
16	8	0	126	150	6

Vsebina / Content:

1. Koncept blagovne znamke in pomen managementa blagovnih znamk. 2. Trendi, ki povečujejo pomen blagovnih znamk. 3. Blagovna znamka kot sestavina premoženja podjetja. 4. Management blagovnih znamk: identiteta blagovne znamke (vizija, vizualizacija, osebnost...), ustvarjanje poznavanja blagovne znamke, določanje elementov blagovne znamke, razvoj blagovnih znamk, arhitektura blagovnih znamk. 5. Merjenje vrednosti blagovnih znamk. 6. Modeli zaznane vrednosti blagovnih znamk.	1. Brand concept and importance of brand management. 2. Trends leveraging the importance of brands. 3. Brand asset. 4. Brand management: Brand identity (vision, visualization, personality...), creating brand knowledge, choosing brand elements, brand objectives and strategies, brand development, brand architecture. 5. Brand value measurement. 6. Brand value measurement models.
--	--

Splošne kompetence / General Competencies:

<i>Študent bo pridobil znanje in spretnosti na naslednjih splošnih vsebinskih področjih:</i> SPL1: Delo s podatki in informacijami; SPL5: Voditeljstvo, vodenje ljudi; 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; SPL5: Leadership skills; 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; PSP5: Pristopi k upravljanju podjetja z načrtovanjem in kontrolo ter uporabo različnih konceptov, metod in orodij;	<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; PSP5: Managing a company by planning and controlling by use concepts, methods and tools; PSP11: Psychology
--	--

PSP11: Psihologija na vsebinskem področju predmeta; PSP12: Informacijski sistemi in programska oprema na vsebinskem področju predmeta; PSP18: Splošna razgledanost na vsebinskem področju predmeta.	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:

<i>Študent bo dosegel naslednje študijske izide:</i>	<i>Student will achieve the following learning outcomes:</i>
<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. Ovređnoti 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 na globalnih trgih. 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 večšine 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>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. Uses methods and tools for environmental analysis. 8. Determines features of brand management performance on global markets. 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	Razlaga; Razgovor/diskusija/debata; Delo z besedilom; Proučevanje primera; Javni nastop; Reševanje nalog; Gost iz prakse;
Teaching and Learning Methods	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 predstavitvijo rezultatov / Presentations ^{2/}	10 %

¹ Seminarska ali projektna naloga, raziskovalna naloga ipd.

² Plakat, naloga, prispevek

Končni pisni izpit / Final written examination	60 %
Končni ustni izpit / Final oral examination	/
Udeležba in sodelovanje / Participation and cooperation	/
Lestvica ocenjevanja / Grading scale	številaska/numeric

Temeljna literatura / Literature:

1. Pompe, A. (2017). Znamka in znamčenje. Sodobno upravljanje znamk. Ljubljana: Gea College in FEBBS.
2. Keller, K.L. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Harlow: Pearson Education Limited. Izbrana poglavja, ki jih na prvem srečanju predstavi nosilka predmeta.

Reference nosilca / Lecturer's references:

1.01 Izvirni znanstveni članek

1. VUKASOVIČ, Tina. Knowledge as an important factor in the process of creating brand equity. *International journal of innovating and learning*. 2019, In press; str. 1-20, ilustr. ISSN 1471-8197. <https://www.inderscience.com/info/ingeneral/forthcoming.php?jcode=ijil>. [COBISS.SI-ID 40098309]
2. VUKASOVIČ, Tina, JALEN, Nataša. Predlog marketinškog plana za ulazak novog brenda prehrambenih dodataka na tržište = Marketing plan proposal for the entry of a food supplement brand into the market. *Serbian Journal of Engineering Management*. 2018, vol. 3, no. 2, str. 36-50, ilustr. ISSN 2466-4693. [COBISS.SI-ID 39738117]
3. VUKASOVIČ, Tina, SÖKE, Henrik. Priprava spletne oglaševalske akcije na iskalniku Bing. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2017, letn. 9, št. 1, ilustr. ISSN 1855-6175. <http://journal.doba.si/year-9-2017-volume-1/priprava-spletne-oglavevalske-akcije-na-iskalniku-bing>. [COBISS.SI-ID 512967216]
4. VUKASOVIČ, Tina, STANTON, John L. Going local : exploring millennials preferences for locally sourced and produced fresh poultry in a developing economy. *World's Poultry Science Journal*. Dec. 2017, vol. 73, iss. 4, str. 757-766, ilustr. ISSN 0043-9339. <https://www.cambridge.org/core/journals/world-s-poultry-science-journal/article/going-local-exploring-millennials-preferences-for-locally-sourced-and-produced-fresh-poultry-in-a-developing-economy/8EC5561AD747AB620FBE253F8E7D84C0#>, DOI: [10.1017/S0043933917000770](https://doi.org/10.1017/S0043933917000770). [COBISS.SI-ID 39319557]
5. VUKASOVIČ, Tina. An empirical investigation of brand equity : a cross-country validation analysis. *Journal of global marketing*. 2016, vol. 29, no. 5, str. 251-265, ilustr. ISSN 0891-1762. <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]
6. VUKASOVIČ, Tina. Consumers' perceptions and behaviors regarding organic fruits and vegetables : marketing trends for organic food in the twenty-first century. *Journal of international food & agribusiness marketing*. 2016, vol. 28, iss. 1, str. 59-73, ilustr. ISSN 0897-4438. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08974438.2015.1006974>, DOI: [10.1080/08974438.2015.1006974](https://doi.org/10.1080/08974438.2015.1006974). [COBISS.SI-ID 38300421]
7. VUKASOVIČ, Tina. Attitudes towards organic fruits and vegetables. *Agricultural Economics Review*. 2015, vol. 16, no. 1, str. 20-34. ISSN 1109-2580. http://www.eng.auth.gr/mattas/16_1_2.pdf. [COBISS.SI-ID 38446085]
8. VUKASOVIČ, Tina. Managing consumer-based brand equity in higher education. *Managing global transitions : international research journal*. [Spletna izd.]. spring 2015, vol. 13, no. 1, str. 75-90, ilustr., tabele. ISSN 1854-6935. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/13_075-090.pdf. [COBISS.SI-ID 512730416]

1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci

9. VUKASOVIČ, Tina. Spletno oglaševanje v visokošolskem prostoru - analiza izbranih tujih fakultet = Web advertising in higher education - analysis of selected foreign faculties. V: BEVANDA, Vuk (ur.). *Economics & Management: How to Cope With Disrupted Times : conference proceedings*. Belgrade [etc.]: Association of Economists and Managers of the Balkans [etc.], 2019. Str. 473-481, ilustr. ISBN 978-86-80194-17-2. https://www.scribd.com/document/431038516/draft-eman-2019-conferene-proceedings?secret_password=nuzmCiQKFNR8kNcCAvRP. [COBISS.SI-ID 40318213]
10. VUKASOVIČ, Tina, DUVNJAK, Matej. Analysis of consumer satisfaction as the basis for preserving the company's competitive position in the market. V: DERMOL, Valerij (ur.). *Integrated economy and society: diversity, creativity and technology : proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference, 16-18 May 2018, Naples, Italy*. Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2018. Str. [1-5], preglednici. MakeLearn. ISBN 978-961-6914-23-9. ISSN 2232-3309. <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-23-9/papers/ML2018-194.pdf>. [COBISS.SI-ID 39509253]

1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji

12. VUKASOVIČ, Tina, ČOVIČ, Miranda. Nagradne igre kao alat za komunikaciju s ciljnom javnosti u svrhu unapređenja prodaje. V: OVIN, Rasto (ur.), AŠANIN GOLE, Pedja (ur.). *Trajnostno poslovanje v sodobni družbi : monografija Doba fakultete 2019 = Sustainable business in a modern society : 2019 monograph of the Doba Business School*. Elektronska izd. Maribor: Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije: = Doba Business School, 2020. Str. 153-164, tabele, graf. prikazi. Zbirka Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij. ISBN 978-961-7061-05-5. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID [513104944](#)]

13. VUKASOVIČ, Tina, ŠINKOVEC, Urša. Ustvarjanje prepoznavnosti blagovne znamke na družabnih omrežjih s pomočjo tržnega komuniciranja = Creating brand awareness on social networking sites by marketing communication. V: OVIN, Rasto (ur.). *Dajmo prostor novemu znanju : monografija Doba fakultete*. Maribor: Doba, Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2017. Str. 245-254. Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij, [2]. ISBN 978-961-6818-54-4. [COBISS.SI-ID [512994352](#)]

14. VUKASOVIČ, Tina, ŠEGOTA, Igor. Rebrandiranje proizvoda putem nagradne igre na društvenoj mreži Facebook = Product rebranding through a prize game on Facebook. V: OVIN, Rasto (ur.). *Dajmo prostor novemu znanju : monografija Doba fakultete*. Maribor: Doba, Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2017. Str. 255-266, ilustr. Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij, [2]. ISBN 978-961-6818-54-4. [COBISS.SI-ID [512994608](#)]

2.01 Znanstvena monografija

15. VUKASOVIČ, Tina. *Koncepti sodobnega trženja*. Harlow: Pearson, cop. 2020. VIII, 202 str., ilustr. ISBN 978-1-839-61084-4. [COBISS.SI-ID [40330501](#)]

16. VUKASOVIČ, Tina, JAGODIČ, Gregor. *Osnove trženja in strateškega tržnega načrtovanja*. Harlow [etc.]: Pearson, cop. 2017. 218 str., ilustr. ISBN 978-1-78726-026-9. [COBISS.SI-ID [39044101](#)]