



DRUGA KONFERENCIJA SRPSKOG UDRUŽENJA ZA MARKETING

IZAZOVI SAVREMENOG MARKETINGA 2019

DOMAĆA KONFERENCIJA SA MEĐUNARODNIM UČEŠĆEM

Zlatibor, hotel Mona, 1 - 3. novembar, 2019. godine

Srpsko udruženje za Marketing SeMA, koje okuplja veliki broj univerzitetskih nastavnika i stručnjaka iz Srbije koji se bave marketingom, organizuje konferenciju koja će se održati u periodu od 1. do 3. novembra 2019. godine na Zlatiboru u hotelu Mona.

Teme konferencije pokrivaju različite oblasti marketinga i pružaju mogućnost da svaki učesnik, bez obzira na užu oblast marketinga kojom se bavi, predstavi rezultate svog naučnog i istraživačkog rada.

Osnovni ciljevi konferencije su da okupi stručnjake koji se bave marketingom i kreira okvir za prezentovanje radova istraživača i diskusiju o aktuelnim temama iz oblasti marketinga. Konferencija će omogućiti razmenu iskustava i bliže upoznavanje istraživača iz oblasti marketinga na našim prostorima, kao i bolje razumevanje marketing teorije i prakse kroz upoznavanja naučno istraživačkog opusa različitih autora.

TEME KONFERENCIJE

Istraživanje tržišta

Marketing komunikacije

Ponašanje potrošača

Strategijski marketing

Globalni marketing

Kanali marketinga i trgovina

Poslovni marketing

Marketing usluga

Brend menadžment

Digitalni marketing

Direktni marketing

Upravljanje vrednošću potrošača

Strategijski marketing

Integrirane marketing komunikacije

Marketing na socijalnim mrežama

Metrike marketinga

Upravljanje iskustvom potrošača

Etika u marketingu

Marketing modeli

Odlučivanje u marketingu

Društvena odgovornost i marketing

Satisfakcija i lojalnost potrošača

Marketing u turizmu CRM

VAŽNI DATUMI

- 30. maj** - Dostavljanje apstrakata
- 15. jun** - Informacije o prihvatanju apstrakata
- 1. jul** - Krajnji rok za uplatu ranih kotizacija
- 5. septembar** - Dostavljanje radova
- 30. septembar** - Informacije o prihvatanju radova
- 5. oktobar** - Uplata kotizacija
- 1. novembar** - Okupljanje učesnika konferencije u hotelu
- 2. i 3. novembar** - Konferencija

KOTIZACIJA

Kotizacija za učešće na konferenciji je 250 evra.

Za ranu uplatu, do 5. jula 2019. godine, kotizacija je 200 evra.

Kotizacija za učešće članova Udruženja je 150 evra.

Za ranu uplatu, do 5. jula 2019. godine, kotizacija je 135 evra.

Plaćanje kotizacije je u dinarskoj protivvrednosti po srednjem kursu NBS na dan uplate.

Kotizacija pokriva za svakog pojedinačnog učesnika sledeće troškove:

- **два noćenja sa doručkom (1. i 2. novembra) na bazi dvokrevetne sobe;**
- **osveženje;**
- **svečanu večeru;**
- **publikovanje rada;**
- **materijal za konferenciju.**

OPCIONE DOPLATE

- Učesnici koji žele da budu smešteni u **jednokrevetnoj sobi** doplaćuju 30 evra po noćenju. Doplata se vrši na recepciji hotela uz prethodnu najavu organizatoru konferencije;
- Učesnici koji žele da dođu sa **pratiocem** doplaćuju 80 evra za pratioca za dve noći u dvokrevetnoj sobi na bazi noćenja sa doručkom. O dolasku pratioca potrebno je da se pošalje najava organizatoru konferencije najkasnije do 15. oktobra 2019. godine;
- **Doplata za večeru** je 8 evra po danu boravka. Plaćanje se vrši na recepciji hotela prilikom dolaska. Nije potrebna ranija najava organizatoru konferencije;
- Učesnici koji **žele da dođu u četvrtak**, 31. oktobra, plaćaju 30 evra za dodatno noćenje sa doručkom u dvokrevetnoj sobi. U slučaju da žele jednokrevetnu sobu ukupna dodatna doplata je 60 evra. U slučaju da dolaze sa pratiocem ukupna dodatna doplata za učesnika i pratioca je 60 evra (dvokrevetna soba na bazi noćenja sa doručkom). Učesnici koji žele noć duže potrebno je da pošalju najavu organizatoru konferencije najkasnije do 30. oktobra 2019. godine;
- Doplata za **izlet** je 25 evra po učesniku. Izlet će biti orga-

nizovan u nedelju 3. novembra. Organizator će poslati obaveštenje o terminu organizovanja izleta svim učesnicima najkasnije do 25. oktobra 2019. godine.

PROGRAMSKI ODBOR

Prof. dr Hasan Hanić, Beogradska bankarska akademija, predsednik programskog odbora

Prof. dr Momčilo Milisavljević, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Ljiljana Stanković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Nišu

Prof. dr Radoslav Senić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu

Prof. dr Stipe Lovreta, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Vinka Filipović, Fakultet organizacionih nauka Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Branko Rakita, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Mirjana Gligorijević, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Galjina Ognjanov, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Saša Veljković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Goran Petković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Zoran Bogetić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Jovan Popesku, FTHM Univerzitet Singidunum

Prof. dr Aleksandar Grubor, Ekonomski fakultet Univerzitet u Novom Sadu

Prof. dr Tomislav Sudarević, Ekonomski fakultet Univerzitet u Novom Sadu

Prof. dr Suzana Đukić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Nišu

Prof. dr Gordana Radosavljević, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu

Prof. dr Milica Kostić Stanković, Fakultet organizacionih nauka Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Goran Milovanović, Ekonomski fakultet Univerzitet u Nišu

Prof. dr Ivana Domazet, Institut ekonomskih nauka

Prof. dr Radmila Živković, FTHM Univerzitet Singidunum

Prof. dr Božo Mihailović, Ekonomski fakultet Univerzitet Crna Gora

Prof. dr Eldin Mehić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu

Prof. dr Beriz Čivić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

Ms Milenko Đurić, Visoka turistička škola u Beogradu

ORGANIZACIONI ODBOR

Dr Aleksandar Đorđević, predsednik organizacionog odbora, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Veljko Marinković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu

Dr Velimir Štavljanin, Fakultet organizacionih nauka Univerzitet u Beogradu

Dr Sanja Mitić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Jelena Filipović, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Dragan Stojković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Igor Kovačević, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Veljko Mijušković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Dr Vladimir Senić, Fakultet za turizam i hotelijerstvo u Vrnjačkoj Banji Univerzitet u Kragujevcu

Dr Svetlana Sokolov Mladenović, Ekonomski fakultet Univerzitet u Nišu

Dr Darko Dimitrovski, Fakultet za turizam i hotelijerstvo u Vrnjačkoj Banji Univerzitet u Kragujevcu

Dr Dražen Marić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Subotici

Dr Ksenija Fabijan, Ekonomski fakultet Univerzitet u Subotici

Dr Nenad Đokić, Ekonomski fakultet Univerzitet u Subotici

Ms Branislava Hristov, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu

Ms Katarina Radaković, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu

Ms Jovana Golo, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu

Ms Milica Bugarčić, Beogradska bankarska akademija

Ms Ana Zekavica, Beogradska poslovna škola

VAŽNE INFORMACIJE ZA AUTORE

Radovi prijavljeni za konferenciju mogu biti empirijskog i teorijskog karaktera.

Prijava radova i gotovi radovi se dostavljaju na e mail konferencija@sema.rs u elektronskom obliku (word dokument).

Prijava radova podrazumeva dostavljanje naslova rada i proširenog apstrakta (do 30. maja 2019. g.). Apstrakt treba da sadrži maksimalno do 500 reči. Prilikom slanja apstrakta autori treba da napišu svoje ime i prezime, naziv institucije iz koje dolaze i e-mail adresu za korespondenciju.

Prihvaćeni i prezentovani radovi na konferenciji biće objavljeni u zborniku radova sa konferencije.

Za odabrane radove, autorima će biti ponuđeno da ih prošire i unaprede kako bi bili objavljeni u časopisu Marketing koji izdaje Srpsko Udruženje za marketing i Ekonomski fakultet u Beogradu ili u časopisu Menadžment koji izdaje Fakultet organizacionih nauka u Beogradu.

INSTRUKCIJE ZA PISANJE PROŠIRENOG APSTRAKTA

NASLOV

Ime i prezime

Institucija, grad, država

Ciljevi

Objasnite predmet i cilj rada. Objasnite zašto je predloženi rad relevantan i značajan (maksimano 500 karaktera sa razmakom)

Metodologija

Objasnite metodologiju koja će biti korišćena i zašto je relevantna za obradu odabrane teme rada (maksimano 500 karaktera sa razmakom)

Rezultati

Navedite rezultete koje očekujete da ćete dobiti u radu (maksimano 500 karaktera sa razmakom)

Implikacije

Navedite implikacije koje će dobijeni rezulteti imati na poslovnu praksu i marketing teoriju (maksimano 500 karaktera sa razmakom)

Doprinosi

Navedite ključne doprinose istraživačkog rada u kontekstu dodatnog unapređenja u poređenju sa drugim radovima (maksimano 500 karaktera sa razmakom)

Ključne reči

Ukupno 5 reči

Reference

Navedite do 20 ključnih referenci.

INSTRUKCIJE ZA PISANJE RADOVA

Rad treba da ima najviše 7 strana, uključujući naslovnu stranu, osnovni tekst (sa grafikonima, tabelama, ilustracijama i slično) i reference.

Stil pisanja je akademski, a rečenice treba da budu kratke i precizne.

Rad treba da bude dostavljen u formi dokumenta Word.doc ili Rich Text Format. Kako bi bila osigurana anonimnost autora za recenzente, potrebno je da ime autora bude obrisano iz statistike dokumenta koji šaljete (u okviru preferences).

Format je A4, font Times New Roman 11, sve margine 2.54 cm, prored 1 u celom tekstu (uključujući tabele, grafikone, slike, reference i dr.).

Rad treba da sadrži naslov, apstrakt na srpskom i engleskom jeziku, ključne reči na srpskom i engleskom jeziku (od 3 do 5 ključnih reči), JEL klasifikaciju, tekst rada, tabele, grafikone, slike, ilustracije i reference. Tabele, grafikoni, slike i druge ilustracije treba da budu numerisane po redu (1, 2, 3...) i jasno označene nazivom iznad, uz navođenje legende (izvor podataka, primedbe i slično) ispod tabele, slike, grafikona, ilustracije i sl.

Naslovna strana treba da sadrži: naslov rada (centriran i boldovan), ime i prezime autora, naziv institucije iz koje dolazi i adresu za korespondenciju (centrirano), apstrakt na srpskom i engleskom (poravnato uz levu marginu), ključne reči na srpskom i engleskom (poravnato uz levu marginu, italic) i JEL klasifikaciju (poravnato uz levu marginu).

Apstrakt ne treba da bude duži od 200 reči.

Tekst rada počinje od druge strane, posle naslovne strane.

Naslovi poglavlja u tekstu treba da budu numerisani (1,2,3...) i ograničeni do jednog podnivoa (podnaslovi) (1.1., 2.1., 3.1...), poravnati uz levu marginu i boldovani (naslovi poglavlja) odnosno u italiku (podnaslovi).

Koristite fusnote (ne endnote) samo ukoliko je neophodno, vodeći računa o tome da budu numerisane po logičnom redosledu.

Reference treba da budu navedene u tekstu, kao i na kraju (spisak literature), u skladu sa APA stilom navođenja referenci.

Detaljne instrukcije u vezi sa APA stilom navođenja referenci dostupne su na adresi: <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/08/>

NEKI PRIMERI NAVOĐENJA REFERENCI:

U tekstu

Kada su u pitanju dva autora:

Istraživanje koje su sprovedi Wegener i Petty (1994) pokazuje... (Wegener & Petty, 1994)

Tri do pet autora:

Prilikom prvog citiranja rada autora:

Kernis, Cornell, Sun, Berry i Harlow (1993) u svom čuvenom delu...

(Kernis, Cornell, Sun, Berry, & Harlow, 1993)

Svako sledeće navođenje:

Kernis i dr. (1993) su pokazali...

(Kernis i dr, 1993)

Šest i više autora:

Harris et al. (2001) tvrdi...

(Harris et al., 2001)

Na kraju rada (na spisku literature)

Knjige:

Prezime autora, A. A. (godina izdanja). Naslov rada. Mesto: Izdavač.

Maričić, B. (2010). Ponašanje potrošača. Beograd: CID Ekonomski fakultet.

Calfee, R. C., Valencia, R. R. (1991). APA guide to preparing

manuscripts for journal publication. Washington, DC: American Psychological Association

Zbornici:

Duncan, G. J., Brooks-Gunn, J. (Eds.). (1997). Consequences of growing up poor. New York, NY: Russell Sage Foundation.

Mitić, S., Ognjanov, G. (urednici). (2014). Marketing prehrambenih proizvoda. Beograd: Dosije studio.

Radovi u časopisima:

Prezime, A. A., Prezime, B. B., & Prezime, C. C. (godina izdanja). Naslov rada. Naziv časopisa, Volume number (broj ako postoji), strane.

Harlow, H. F. (1983). Fundamentals for preparing psychology journal articles. Journal of Comparative and Physiological Psychology, 55 (1), 893-896.

Stanković, Lj., Popović, A. (2016). Veličina tržišta kao determinanta nacionalne konkurentnosti Republike Srbije. Marketing, 47 (3), 191-206.

Članci u onlajn publikacijama i elektronski izvori:

Prezime, A. A., Prezime, B. B. (datum publikacije). Naslov rada. Naziv onlajn publikacije, Volume number (broj ako postoji). Preuzeto sa: <http://www.someaddress.com/full/url/>

Bernstein, M. (2002). 10 tips on writing the living Web. A List Apart: For People Who Make Websites, 149. Retrieved from <http://www.alistapart.com/articles/writeliving>

Članci sa DOI

Prezime, A. A., Prezime, B. B. (datum publikacije). Naslov rada. Naziv časopisa, Volume number (broj ako postoji), strane. doi:00/00 or <http://dx.doi.org/10/00>

Brownlie, D. (2007). Toward effective poster presentations: An annotated bibliography. European Journal of Marketing, 41, 1245-1283. doi:10.1108/03090560710821161

Novine:

Prezime, A. A. (godina, dan i mesec). Naslov članka. Naziv dnevne novine. Preuzeto sa: <http://www.someaddress.com/full/url/>

Parker-Pope, T. (2008, may 6). Psychiatry handbook linked to drug industry. The New York Times. Retrieved from http://well.blogs.nytimes.com/2008/05/06/psychiatry-handbook-linked-to-drug-industry/?_r=0

Elektronske knjige:

De Huff, E. W. (n.d.). Taytay's tales: Traditional Pueblo Indian tales. Retrieved from <http://digital.library.upenn.edu/women/dehuff/taytay/taytay.html>