



ДР САША ВЕЉКОВИЋ

За редовног професора изабран(а) 13.04.2016. године.

## Пет најважнијих радова у каријери

1. Veljković, S. & Kaličanin, Đorđe. (2016). Improving business performance through brand management practice. *Ekonomski Anali*, 61(208), 137–167. (M24)
2. Veljković, S., Stojanović, Ž. & Filipović, J. (2015). Attitudes toward farm animals' welfare and consumer's buying intentions: Case of Serbia. *Ekonomika Poljoprivrede*, 62(1), 53–71. (M24)
3. Kaličanin, Đ., Veljković, S. & Bogetić, Z. (2015). Brand orientation and financial performance nexus. *Industrija*, 43(1), 155–173. (M24)
4. Bogetić, Z., Veljković, S., & Stojković, D. (2015). Do partner relations in marketing channels make a difference in brand management implementation? Evidence from Serbia and Montenegro. *Ekonomika preduzeća*, 63(5-6), 306-322. (M24)
5. Veljković, S., Bogetić, Z. & Stojković, D. (2015). Using Marketing Approach to Respond to Internationalization Challenges and Changes in Marketing Channels, *Montenegrin Journal of Economics*, Vol. 11, No 2, pp. 79-100. (Econlit)

## Резултати у развоју научнонаставног подмлатка

*(учешћа у комисијама за избор сарадника – укупан број и имена сарадника)*

1. Члан комисије за избор у звање ванредног професора Јелене Филиповић, Економски факултет, Универзитет у Београду (2017)
2. Члан комисије за избор у звање сарадника у настави Владимира Панића, Економски факултет, Универзитет у Београду (2021)

## Стручно-професионални допринос

### (од избора у редовног професора)

*Чланства и председавања у уређивачким одборим научних часописа или зборника радова у земљи или иностранству од избора у звање редовног професора*

1. Маркетинг (Издавачи: Српско удружење за маркетинг и Економски факултет Универзитета у Београду),
2. Економске идеје и пракса (Издавач: Економски факултет Универзитета у Београду),
3. *Strategic Management* (Издавач: Економски факултет у Суботици – Универзитет у Новом Саду)

*Чланства и председавања у организационим или научним одборима на научним скуповима националног или међународног нивоа од избора у звање редовног професора*

1. Програмски одбор конференције "Изазови и проблеми савременог маркетинга", Српско удружење за маркетинг, домаћа конференција са међународним учешћем Златибор, 18. и 19. новембар 2017. године
2. Програмски одбор конференције „Изазови савременог маркетинга 2019“, Српско удружење за маркетинг, домаћа конференција са међународним учешћем, Златибор, 1 - 3. новембар, 2019. године

#### ***Учешћа на међународним пројектима (као руководиоца или сарадника) од избора у звање редовног професора***

1. Excellence in research, social and technological innovation project management - Excellence in ReSTI, Danube Transnational Programme Interreg, No. DTP1-1-450-1.2 (2016-2019)
2. Horizon 2020, Strength2Food 8.2 Consumers' practices concerning food quality schemes through qualitative research based on ethnographic fieldwork, Strength2Food: Strengthening European Food Chain Sustainability by Quality and Procurement Policy, grant agreement No 678024 (2015-2018)

### **Допринос академској и широј заједници (од избора у редовног професора)**

#### ***Чланство у стручним или научним асоцијацијама***

1. Члан Српског удружења за маркетинг (CeMA),
2. Члан Америчког удружења за маркетинг (*American Marketing Association - AMA*)
3. Члан Научног друштва економиста Србије (НДЕС)

#### ***Учешће у раду органа управљања, стручног органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству***

1. Члан Комисије за мастер студије, на Економском факултету Универзитета у Београду
2. Члан Програмског савета за мултидисциплинарне мастер академске студије, област Менаџмент пословних перформанси, Универзитет у Београду
3. Руководилац радне групе за израду *Правилника о начину и поступку припреме и одбране завршног рада на мастер академским студијама*

#### ***Чланство у националном савету, стручном, законодавном или другим органима и комисијама министарстава***

1. Члан Националног савета за заштиту потрошача Владе Републике Србије
2. Члан Савета за одлучивање о праву коришћења колективног жига "Чуваркућа" (Привредна комора Србије)

#### ***Учешће у наставним активностима ван студијских програма (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција, програми едукације наставника) или у активностима популаризације науке***

1. Маркетинг као инструмент за стварање вредности код корисника здравствених услуга, Струковно удружење Академија јавног здравља, акредитовано од стране Здравственог савета Србије

2. Креирање стратегије маркетиншких комуникација малих и средњих предузећа у трговини, Министарство трговине, туризма и телекомуникација, у сарадњи са Научно-истраживачким центром Економског факултета у Београду, едукација представника малих и средњих предузећа из области трговине (2019)
3. Мерење ефеката промотивних активности у малим и средњим трговинским предузећима, Министарство трговине, туризма и телекомуникација, у сарадњи са Научно-истраживачким центром Економског факултета у Београду, едукација представника малих и средњих предузећа из области трговине (2018)
4. Предавања и радионице на развојном програму „Напред“ Економског факултета и компаније „Делез Србија“ за менаџере компаније, области Промотивне активности у малопродајном објекту и Менаџмент односа са финалним потрошачима (2016, 2017, 2018)
5. Већи број предавања и радионица менаџерима компаније Energy Net (теме из области маркетинга, бренд менаџмента и CRM-а), Научно-истраживачки центар Економског факултета у Београду (2017)

*Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке*

----

## **Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, у земљи и иностранству (од избора у редовног професора)**

*Радно ангажовање у настави или комисијама на другим високошколским или научноистраживачким институцијама у земљи или иностранству, или звање гостујућег професора или истраживача*

1. Предавач на програму интегрисаних студија Менаџмент пословних перформанси, Универзитет у Београду (предмет Маркетинг менаџмент), 2021
2. Члан комисије за избор у звање редовног професора Славице Цицварић-Костић, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду (2020)
3. Члан комисије за избор у звање ванредног професора Ненада Ђокића, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2021)
4. Члан комисије за избор у звање ванредног професора Николе Милићевића, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2021)
5. Члан комисије за избор у звање доцента Ксеније Лековић, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2019)
6. Члан комисије за избор у звање доцента Инес Ђокић, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2018)
7. Члан комисије за избор у звање доцента Милана Окановића, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду (2016)
8. Члан комисије за избор у звање доцента Ненада Ђокића, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2016)
9. Члан комисије за избор у звање доцента Николе Милићевића, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду (2016)
10. Члан комисије за избор у звање Научног саветника, Иване Домазет, Институт економских наука, Београд (2019)

## *Руковођење радом или чланство у органу или професионалном удружењу или организацији националног или међународног нивоа*

1. Председник Српског удружења за маркетинг (од фебруара 2020. године)

### *Учешће у програмима размене*

1. Размена студената основних и мастер студија: редовна сарадња са студентима који су у поступку међународне мобилности долазили на Економски факултет, предмети *Маркетинг услуга* и *Бренд менаџмент* (евиденција у Центру за међународну сарадњу Економског факултета у Београду)

### *Учешће у изради и спровођењу заједничких студијских програма*

1. Члан Програмског савета за мултидисциплинарне мастер академске студије, област Менаџмент пословних перформанси, Универзитет у Београду

### *Предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству*

1. Гостујући професор на маркетиншким предметима на мастер и докторским студијама, Економски факултет, Универзитет Бања Лука (2020, 2021)
2. Предавач на предмету Маркетинг менаџмент на мастер курсу Менаџмент пословних перформанси, Универзитет у Београду (2021)

## **Списак објављених радова (од избора у редовног професора)**

### *Радови објављени у међународним научним часописима (катеорије М20)*

---

### *Остали радови објављени у научним часописима*

1. Филиповић, Ј., Вељковић, С., & Огњанов, Г. (2021). Перцепција ознака и производа органског порекла на српском тржишту. *Маркетинг* (0354-3471), 52(1), 23–31 (М51)
2. Вељковић, С., & Панић, М. (2017). Стратегије брендирања у нижем ценовном сегменту производа – Анализа тржишта негазираних воћних сокова у Србији. *Маркетинг* (0354-3471), 48(3), 176–182 (М51)

### *Уџбеници и монографије*

1. Глигорјевић, М. & Вељковић, С. (2019). *Маркетинг*, Економски факултет, Београд, 520 стр. ИСБН: 978-86-403-1586-9
2. Вељковић, С. (2018). *Маркетинг услуга*. Четврто издање, Економски факултет, Београд, 489 стр. ИСБН: 978-86-403-1554-8

### *Монографске студије и тематски зборници*

---

## **Радови и изводи у зборницима међународних и домаћих научних скупова**

1. Gligorijević, M., Veljković, S. & Kaličanin, Đ. (2020), Marketing Capabilities and Market Performance Monitoring of Global, Regional and Local Companies Operating in Serbia, the 10thSCF International Conference on "The Economic and Social Impacts of the Globalization and Liberalization", October 8-11, 2020, Antalya, Turkey
2. Филиповић, Ј., Вељковић, С. & Огњанов, Г. (2019), ПЕРЦЕПЦИЈА ОЗНАКА ОРГАНСКОГ ПОРЕКЛА НА СРПСКОМ ТРЖИШТУ: ЕТНОГРАФСКО ИСТРАЖИВАЊЕ, Зборник радова Изазови савременог маркетинга 2019, уредник проф. др Љиљана Станковић, Српско удружење за маркетинг, стр. 142-151. (проширена и унапређена верзија рада објављена је у часопису Маркетинг)
3. Вељковић, С. (2016), ИНОВАТИВНО БРЕНДИРАЊЕ ХРАНЕ -УПОТРЕБА ОЗНАКА О ДОБРОБИТИ ЖИВОТИЊА, Зборник радова Стање и перспективе агропривреде и села у Србији, уредници Жаклина Стојновић, Наталија Богданов, Научно друштво економиста Србије и Економски факултет у Београду

## **Менторства или чланства у комисијама за израду докторске дисертације од избора у звање редовног професора**

1. Ефекти незадовољства корисника услуга у земљама Западног Балкана; Јевтић, Јелена М. (Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, 15-06-2020)
2. Унапређење пословне комуникације у банкарству оптимизацијом рада контакт центара; Стефанов, Данијела М. (Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, 27-09-2016)
3. Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата; Окановић, Милан Ж. (Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, 27-09-2016)
4. Члан менторских комисија већег броја кандидата на докторским студијама Економског факултета у Београду

## **Менторства и учешћа у комисији на мастер академским и специјалистичким студијама од избора у звање редовног професора**

Број менторстава: 20

1. Маркетинг односа у фармацеутској индустрији, Борис Вучковић - Магистарски рад, 18.09.2016.
2. Развој трговинске марке у премијум сегменту квалитета, Јелена Радевић - Мастер рад, 28.09.2016.
3. Стратегије брендирања на тржишту дуванских производа, Биљана Марковић - Мастер рад, 21.02.2017.
4. Утицај пласирања брэнда у индустрији забаве на његово позиционирање у свести потрошача, Милица Ђинђић - Мастер рад, 05.09.2017.
5. Стратегије позиционирања установа високог образовања у Републици Србији, Тања Николић - Мастер рад, 25.09. 2017.

6. Брендирање дестинације уз подршку дигиталних канала комуникације, Никола Станисављевић - Мастер рад, 27.09. 2017.
7. Развој брендова у нижим ценовним категоријама, Милица Панић - Мастер рад, 03.11.2017.
8. Стратешке импликације архитектуре бренда на тржишту робе свакодневне потрошње, Наташа Бојанић - Мастер рад, 21.02. 2018.
9. Улога мас-медија у остваривању циљева политичког маркетинга, Милица Радојковић - Магистарски рад, 25.09.2018.
10. Ефекат земље порекла и његов утицај на имиџ производа из Србије на тржишту Руске Федерације, Марина Живојиновић - Мастер рад, 26.09.2018.
11. Креирање догађаја у функцији брендирања дестинације, Јован Драгојловић - Мастер рад, 28.09.2018.
12. Стратегије позиционирања бренда на тржишту банкарских услуга у Републици Српској, Звездана Бошњак - Мастер рад, 30.11.2018.
13. Улога друштвених медија у креирању лојалности према бренду, Тијана Петровић - Мастер рад, 27.12.2018.
14. Изазови брендирања у малим и средњим предузећима, Јована Стајчић - Мастер рад, 01.07.2019.
15. Улога и значај лидера мишљења у позиционирању брендова у свести потрошача, Милана Милошевић - Мастер рад, 10.9.2019.
16. Улога и значај истраживачких метода заснованих на неуромаркетингу у креирању идентитета бренда, Теодора Пауновић - Мастер рад, 06.11.2019.
17. Стратегије брендирања новог производа на тржишту кафе, Нина Пепић - Мастер рад, 25.09.2020.
18. Стратегије брендирања у пиварској индустрији – анализа тржишта Немачке и Србије, Душан Анђеловић - Мастер рад, 25.06.2021.
19. Специфичности примене дигиталног маркетинга у пословању са некретнинама, Александра Шапић - Мастер рад, 08.07.2021.
20. Специфичности грађења лојалности бренду на тржишту минералних вода уз подршку Интернет маркетинга, Татјана Раичевић - Мастер рад, 08.07.2021.

Број чланстава у комисији: 32

## **Остало**

- Аутор методологије за избор најбољих брендова у Србији у оквиру манифестације „Најбоље из Србије“, у организацији Привредне коморе Србије и Министарства за трговину, туризам и телекомуникације
- Аутор методологије у акцији „Пријатељ породице“, 2018. године, која за циљ има подизање свести о значају усклађивања породичног и пословног живота, Привредна комора Србије, уз подршку Савета за популациону политику Владе Републике Србије,
- Аутор методологије пројекта „Стварано у Србији – Чуваркућа“, чији су основни циљеви пружање подршке домаћим производима и произвођачима, као и едукација потрошача о важности куповине тих производа, као и о њиховом високом квалитету и домаћем пореклу
- Консултант у више предузећа и институција
- Рецезент већег броја радова за потребе домаћих и међународних часописа, зборника радова и конференција