

References

- Marinković, V., Lazarević, J., Marić, D. 2023. Consumer ethnocentrism under the circumstances of the COVID 19 virus pandemic, *Strategic Management*. Vol. 28, No. 3, pp. 46-60, DOI: 10.5937/StraMan2200031M (M24)
- Маринковић, В. 2023. Истраживање тржишта, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ISBN 978-86-6091-141-6 (M43)
- Rejman Petrović, D., Nedeljković, I., Marinković, V. 2022. The role of the hedonistic and utilitarian quality dimensions in enhancing user satisfaction in mobile banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 40, No. 7, pp. 1610-1631, <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0112>, (M22)
- Liébana-Cabanillas, F., Zoran Kalinic, Z., Ramos De Luna, I., Marinkovic, V. 2022, A holistic analysis of Near Field Communication mobile payments: An empirical analysis, *International Journal of Mobile Communication*, Vol. 20, No. 6, pp. 703-726, DOI: 10.1504/IJMC.2022.10038347 (M23)
- Šapić, S., Lazarević, J., Marinković, V. 2022. Consumer Lifestyle Forming Under the Influence of National Culture, *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, Vol. 27, No. 3, pp. 1-10, DOI: 10.7595/management.fon.2021.0028 (M24)
- Đorđević, A., Marinković, V., Dimitrovski, D. 2022. What drives user satisfaction and subjective well-being of hotel wellness experience? An experiential approach, *The International Scientific Conference: Digitalization and sustainability – new environment for economics and business*, Book of Abstracts, Faculty of Economics, University of Belgrade, ISBN: 978-86-403-1752-8, pp. 75-76 (M34)
- Marinković, V., Dimitrovski, D., Đorđević, A. 2022. A Conceptual model for measuring the transformative hotel service experience, *The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2022)*, Book of Abstracts, Faculty of Economics, University of Kragujevac, p. 3, ISBN 978-86-6091-132-4 (M34)
- Маринковић, В., Лазаревић, Ј. 2022. Ефекти превентивних мера и перципираног ризика на понашање потрошача током пандемије вируса COVID 19, *Зборник*

радова: Изазови економије и пословања у Републици Србији изазвани пандемијом COVID 19, Економски факултет, Крагујевац, стр. 285-295, ISBN 978-86-6091-131-7 (M45)

- Маринковић, В., Ђорђевић, А. 2022. Анализа утицаја различитих вредности за потрошаче у М трговини на сатисфакцију и намеру континуираног коришћења, Маркетинг, год 53, број 1, стр. 3-11, ИССН: 2334-8364, УДК: 658.6:338.486.22 658.8.012.12 (M51)
- Nedeljković, I., Zlatanović, D., Marinković, V. 2022. Effects of Customer Relationship Management on Organizational Performance, Economic Themes, Vol. 60, No. 2, pp. 237-258, DOI 10.2478/ethemes-2022-0014 (M51).
- Маринковић, В., Ђорђевић, А. 2022. Анализа утицаја различитих вредности за потрошаче у М трговини на сатисфакцију и намеру континуираног коришћења, Зборник радова домаће научне конференције „Изазови и перспективе маркетинга“, Српско удружење за маркетинг, Београд, ИСБН: 978-86-903768-1-0, стр. 75-84 (M63).
- Маринковић, В., Лазаревић, Ј., Марић, Д. 2022. Потрошачки етноцентризам у условима пандемије вируса КОВИД 19, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2022, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 201-209, ISBN 978-86-7233-406-7 (M63).
- Kalinić, Z., Marinković, V., Kalinić, Lj., Liebana-Cabanillas, F. 2021. Neural Network Modeling of Consumer Satisfaction in Mobile Commerce: An Empirical Analysis, Expert Systems with Applications, Vol. 175, No. 3:114803, DOI: 10.1016/j.eswa.2021.114803 (M21a)
- Dimitrovski, D., Starčević, S., Marinković, V. 2021. Which Attributes Are the Most Important in the Context of the Slow Food Festival? Leisure Sciences, Forthcoming articles, pp. 1-19, DOI: 10.1080/01490400.2021.1967234 (M22)
- Marinković, V., Lazarević, J. 2021. Eating habits and consumer food shopping behaviour during COVID-19 virus pandemic: insights from Serbia, British Food Journal, Vol. 123, No. 12, pp. 3970-3987, DOI: 10.1108/BFJ-11-2020-1072 (M22)
- Ђорђевић, А., Топаловић, С., Маринковић, В. 2021. Effects of the perceived value dimensions on customer loyalty: evidence from hotel and tourism industries, Ekonomika preduzeća, Vol. LXIX, No. 1-2, pp. 55-64, DOI: 10.5937/EKOPRE2102055D (M24)

- Маринковић, В., Лазаревић, Ј. 2021. Психографски аспекти сегментације потрошача у савременом истраживању тржишта, Зборник радова: Могућности и перспективе привреде Републике Србије у процесу европских интеграција, Економски факултет, Крагујевац, стр. 29-43, ISBN 978-86-6091-119-5 (M45)
- Лазаревић, Ј., Маринковић, В. 2021. Стил живота потрошача у Србији пре и током пандемије вируса Covid 19, Маркетинг, год. 52, број. 1, стр. 3-11, ИССН: 2334-8364 УДК: 659.113.25(497.11) (M51)
- Marinković, V., Kalinić, Z. 2020. Understanding Consumers' Continuance Intention and Word of Mouth in Mobile Commerce Based on Extended UTAUT Model (Book Chapter), Impact of Mobile Services on Business Development and E-Commerce, IGI Global, Hershey, pp. 108-125, ISBN13: 9781799800507, DOI: 10.4018/978-1-7998-0050-7.ch006 (M14)
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z., Marinkovic, V., Liébana-Cabanillas, F. 2020. A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles, Energy Policy, Vol. 136, Article 111076, doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076 (M21a)
- Kalinic, Z., Marinković, V., Đorđević, A., Liébana-Cabanillas, F. 2020. What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, Journal of Enterprise Information Management, Vol. 33, No. 1, pp. 71-94, ISSN 1741-0398, DOI 10.1108/JEIM-05-2019-0136 (M21)
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Marinković, V. 2020. The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems, International Journal of Bank Marketing, Vol. 38, No. 1, pp. 138-158, ISSN 0265-2323, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012> (M22)
- Marinković, V., Đorđević, A., Kalinić, Z. 2020. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, Technology Analysis & Strategic Management, Vol. 32, No. 3, pp. 306-318, ISSN: 1465-3990, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)
- Đorđević, A., Kalinić, Z., Marinković, V. 2020. Effects of the Social Environment on Consumers' Intention to Use Mobile Commerce, Ekonomika preduzeća, Vol. LXVIII, No. May-June, pp. 259-268, DOI: 10.5937/EKOPRE2004259D (M24).

- Kostić, M., Stanišić, N., Marinković, V. 2020. Do Socio-Cultural Factors Matter in Creating the General Level of Consumer Ethnocentrism, *Teme*, Vol. XLIV, No. 4, pp. 1411-1428, <https://doi.org/10.22190/TEME190702083K> (M24).
- Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V. 2020. Towards Developing a Sustainable Tourism Destination: Understanding Motives of Gold Panning on the River Pek. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, Vol. 25, No. 1, pp. 67-75, DOI: 10.7595/management.fon.2018.0013 (M24).
- Маринковић, В., Калинић, З. 2020. Модели за прихватање мобилних технологија: компарација ТАМ и УТАУТ модела, *Зборник радова: Актуелни макроекономски и микроекономски аспекти европских интеграција Републике Србије*, Економски факултет, Крагујевац, стр. 261-271, ISBN 978-86-6091-107-2 (M45).
- Topalović, S., Marinković, V. 2020, A multidimensional approach to the analysis of perceived value in tourism, *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu – Hotel and Tourism Management*, Vol. 8, No. 1, pp. 49-58, ISSN 2620-0279 (M51).
- Kalinic, Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F. 2019. A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 49, pp. 143-153. doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016 (M21)
- Marinković, V., Stojanović-Aleksić, V., Bošković, A. 2019. Do Socially Responsible Companies Benefit from Higher Levels of Customer Satisfaction, Trust and Loyalty? *Journal of East European Management Studies*, Vol. 24, No. 4, pp. 653-677, DOI: 10.5771/0949-6181-2019-4-653 (M23)
- Erić-Nielsen, J., Marinković, V., Nikolić, J. 2019. A Strategic Approach to Organisational Entrepreneurship: Employees' Awareness of Entrepreneurial Strategy, *Economic Annals*, Vol. LXIV, No. 222, pp. 117-146, ISSN: 0013-3264, <https://doi.org/10.2298/EKA1922117E> (M24)
- Cvijanović, D., Senić, V., Dimitrovski D., Marinković, V. 2020. Gold Panning as a Distinctive Rural Tourism Activity - An Investigation of Triggers Behind Revisit Intentions to River Pek. *The International Scientific Conference: Rurality, Ruralism and Rural Tourism*, Conference Proceedings, Publisher: Ane Books Pvt. Ltd. New Delhi – Chennai, pp. 33-42, ISBN 978-93-89212-33-4 (M33).

- Ђорђевић, А., Маринковић, В. 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Економски факултет, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6 (M42).
- Маринковић, В., Калинић, З. 2019. Алтернативни приступи сегментацији корисника услуга мобилне трговине у Републици Србији, Зборник радова: Економски ефекти транзиције и реструктурирања привреде Србије у функцији европских интеграција, Економски факултет, Крагујевац, стр. 287-298, ISBN 978-86-6091-089-1 (M45)
- Димитровски Д., Сенић, В., Маринковић, В. 2019. Због чега туристи посећују меморијалне манифестације: тестирање модерацијског ефекта старости, Зборник радова домаће научне конференције „Изазови савременог маркетинга“, Српско удружење за маркетинг, ИСБН: 978-86-7852-056-3, стр. 336-344 (M63).
- Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I., Kalinić, Z. 2018. Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting & Social Change*. Vol. 129, pp. 117-130. doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015 (M21a)
- Kalinić, Z., Marinković, V., Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I. 2018. Moderating effects of gender on user satisfaction in mobile commerce. *The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2018)*, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 161-173, ISBN 978-86-6091-083-9 (M33)
- Маринковић, В. 2018. Анализа перципиране вредности: тестирање модерацијских ефеката старости и нивоа образовања, Зборник радова: Импликације економије знања за развојне процесе у Републици Србији, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ISBN: 978-86-6091-078-5, стр. 421-430 (M45)
- Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., Kalinić, Z. 2017. A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*. Vol. 37, No. 2, pp. 14-24. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008 (M21a)
- Marinković, V., Kalinić, Z. 2017. Antecedents of customer satisfaction in mobile commerce: Exploring the moderating effect of customization, *Online Information Review*, Vol. 41, No. 2, pp. 138-154. DOI 10.1108/OIR-11-2015-0364 (M22)

- Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V. 2017. Going for gold as a leisure tourism continuum: clustering motivations for gold panning revisit intention, *Leisure Studies*, Vol. 36, No. 6, pp. 764-777, ISSN: 1466-4496, DOI: 10.1080/02614367.2016.1250803 (M22)
- Dimitrovski, D., Senić, V., Marić, D., Marinković, V. 2017. Commemorative events at destination memorials – a dark (heritage) tourism context, *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 23, No. 8, pp. 695-708, ISSN: 1470-3610, doi.org/10.1080/13527258.2017.1317645 (M22)
- Đorđević, A., Marinković, V. 2017. The identification of satisfaction drivers of vacation traveling tourists, *Ekonomika preduzeća*, Vol. 65, No. 5-6, str. 403-412, ISSN: 0353-443X; DOI:10.5937/EKOPRE1706403D (M24)
- Маринковић, В. 2017. Перципирани квалитет као критеријум сегментације клијената банака, *Зборник радова: Утицај глобализације на пословно управљање и економски развој Шумадије и Поморавља*, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, стр. 419-425, ISBN: 978-86-6091-0732-0 (M45)
- Маринковић, В. 2017. Ефекти анимозитета према Европској унији и патриотизма на потрошачки етноцентризам грађана Републике Србије, *Економски хоризонти*, Год. 19, Број.1, стр. 3-15, ISSN: 1450-863X, doi:10.5937/ekonhor1701003M (M51)
- Маринковић, В., Димитровски, Д., Сенић, В. 2017. Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности, *Зборник радова домаће научне конференције „Изазови и проблеми савременог маркетинга“*, Српско удружење за маркетинг, ISBN: 978-86-6047-256-6, стр. 189-197 (M63).
- Kalinić, Z., Marinković, V. 2016. Determinants of users' intention to adopt m-commerce: an empirical analysis, *Information Systems and e-Business Management*, Vol. 14, No. 2, pp. 367-387, ISSN 1617-9846, DOI 10.1007/s10257-015-0287-2 (M22)
- Marić, D., Marinković, V., Marić, R., Dimitrovski, D. 2016. Analysis of Tangible and Intangible Hotel Service Quality Components, *Industrija*, Vol. 44, No.1, pp. 7-25, ISSN 0350-0373, DOI: 10.5937/industrija1-8437 (M24)
- Marinković, V., Liebana-Cabanillas, F., Kalinić, Z., Ramos de Luna, I. 2016. Predicting the determinants of mobile commerce acceptance: A SEM approach, 8th International Scientific Conference: Knowledge – Economy – Society: Strategies, Concepts and Instruments of Management, Faculty of Management, Cracow University of Economics,

June 1-3, Krakow, pp. 113-121, ISBN 978-83-65173-28-7,UDK 004.738.5:339, COBISS.SR-ID 513607516 (M33)

- Senić, V., Marinković, V. (2016). Crisis Communication in Tourism. International Scientific Conference: Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia (Conference Proceedings), Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, pp. 275-290, ISBN 978-86-89949-09-4 (M33)
- Маринковић, В. 2016. Утицај функционалних и емоционалних елемената квалитета услуга на корпоративну репутацију предузећа, Зборник радова: Унапређење конкурентности привреде Републике Србије, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, стр. 335-341, ISBN: 978-86-6091-067-9 (M45)
- Коцић, М., Маринковић, В., Алимпић, С. 2016. Мерење вредности бренда за потрошаче: емпиријски докази са тржишта прехранбених производа у Србији, Анали Економског факултета у Суботици, год. 52, број 35, стр. 189-206, ISSN: 0350-2120 (M51)
- Senić, V., Marinković, V. 2016. Factors Driving Behavioural Intentions: Study of Serbian Mobile Operator Customers, Marketing, god. 47, broj 3, str. 206-216, ISSN 0354-3471 (M51)
- Калинић, З., Маринковић, В. 2016. Одређивање релативног утицаја појединих фактора на прихватање мобилне трговине применом неуронских мрежа, Пословна економија, Год. 10, Број 2, стр. 206-223, ISSN: 1820-6859, УДК: 339:004.738.5 doi 10.5937/poseko10-12417 (M51)
- Маринковић, В., Секулић, Д. 2016. Мотив боравка као критеријум сегментације корисника хотелијерских услуга, Менаџмент у хотелијерству и туризму, год. 4, број 2, стр. 25-35, ISSN 2334-8267 (M53)
- Маринковић, В., Сенић, В. 2016. Утврђивање фактора који утичу на избор ресторана националне кухиње у Републици Србији, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2016, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 954-962, ISBN 978-86-7233-356-5 (M63)
- Marinković, V., Senić, V., Mimović, P. 2015. Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia, British Food Journal, Vol. 117, Iss. 7 pp. 1903 – 1920, ISSN 0007-070X, DOI 10.1108/BFJ-09-2014-0313 (M23)

- Marinković, V., Obradović, V. 2015. Customers' emotional reactions in the banking industry, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 3, pp. 243-260, ISSN 0265-2323, DOI 10.1108/IJBM-09-2013-0107 (SCOPUS)
- Dimitrovski, D., Marinković, V., Senić, V. 2015. Staying in Business Hotels – Understanding the Relationship Between Service Quality and Satisfaction Among Business Travelers, *EBM 2014, Conference Proceedings, Faculty of Economics, University of Kragujevac*, pp. 261-272, ISBN 978-86-6091-049-5 (M33)
- Kalinic, Z., Marinkovic, V. 2015. Consumers' attitudes towards m-commerce: Moderating effects of social influence, innovativeness and customization, *7th International Scientific Conference: Knowledge – Economy – Society: Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions, Faculty of Management, Cracow University of Economics, Krakow*, pp. 67-75, ISBN: (paper): 978-83-65173-28-7, ISBN (on-line): 978-83-65173-29-4 (M33)
- Liébana Cabanillas, F., Kalinic, Z., Ramos De Luna, I., Marinkovic, V. 2015. La adopcion del pago movil NFC: un analisis cross-cultural entre Espana y Serbia, *AEMARK 2015, Conference Proceedings, Asociacion Espanola De Marketing Academico Y Profesional*, pp. 1200-1205, ISBN 978-84-16462-51-3 (M33)
- Маринковић, В. 2015. Потрошачки етноцентризам у Србији и другим земљама кандидатима за чланство у ЕУ, *Зборник радова: Економско-социјални аспекти прикључивања Србије Европској унији, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу*, стр. 309-314, ISBN: 978-86-6091-059-4 (M45)
- Dimitrovski, D., Marinković, V., Senić, V. 2015. Attitudes of serbian urban residents toward tourism development, *Facta Universitatis: Economics and Organization*, Vol. 12, No. 2, pp. 143-155, ISSN2406-050X(Online) (M51)
- Маринковић, В., Костић, М., Станишић, Н. 2015. Утицај културолошке отворености, националног идентитета и патриотизма на потрошачки етноцентризам, *Научни скуп са међународним учешћем СМ 2015, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду*, стр. 538-545, ISBN 978-86-7233-352-7 (M63)
- Marinković, V., Senić, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., Bjelić, M. 2014. The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 Iss. 3, pp. 311-327, ISSN 0263-4503, DOI 10.1108/MIP-01-2013-0017 (SCOPUS)

- Senić, V., Marinković, V. 2014. Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions, *International Journal of Quality and Service Sciences*, Selected papers from the 16th QMOD-ICQSS Conference: from LearnAbility and InnovAbility to SustainAbility, Vol. 6, No. 2-3, pp. 134-142, ISSN:1756-669X, doi: 10.1108/IJQSS-02-2014-0010 (SCOPUS).
- Маринковић, В., Костић, М. 2014. Испитивање јавног мњења о стању и потенцијалима економије града Крагујевца, *Зборник радова: Стање и перспективе економског развоја града Крагујевца*, Економски факултет, Крагујевац, стр. 231-241, ISBN 978-86-6091-048-8 (M45)
- Шапић, С., Топаловић, С., Маринковић, В. 2014. Утицај димензија перципиране вредности на лојалност клијената, *Економске теме*, год. 52, бр. 4, стр. 401-417, ISSN 0353-8648 (M51)
- Маринковић, В., Обрадовић, В. 2014. Мерење емоционалних реакција клијената банака, *Маркетинг*, год. 45, број 4, стр. 290-298, ISSN 0354-3471, UDK: 336.1:347.734 (M51)
- Маринковић, В., Димитровски Д. 2014. Модел за мерење сатисфакције и усмене пропаганде на тржишту кабловских оператера, *Научни скуп са међународним учешћем СМ 2014, Зборник радова*, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, 05-14, ISBN 978-86-7233-345-9 (M63)
- Marinković, V., Senić, V., Kocić, M., Šapić, S. 2013. Investigating the Impact of SERVQUAL Dimensions on Customer Satisfaction: The Lessons Learnt from Serbian Travel Agencies. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 15, No. 2, pp. 184-196, Online ISSN: 1522-1970, DOI: 10.1002/jtr.884 (M23)
- Senić, V., Marinković, V. 2013. Patient care, satisfaction and service quality in health care, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 37, No. 3, pp. 312-319, Online ISSN: 1470-6431, doi: 10.1111/j.1470-6431.2012.01132.x (M23)
- Filipović, J., Marinković, V. 2013. Effectiveness of various advertizing appeals featured in banners, *Actual Problems of Economics*, No. 6, pp. 470-476, ISSN 1993-6788 (M23)
- Marinković, V., Senić, V., Dimitrovski, D. 2013. Merenje stavova potrošača o kvalitetu usluga u restoraterstvu, *Teme*, br.1, str. 319-338, ISSN 0353-7919, UDK 640.432 : 005.6 (M24)

- Senić, V., Marinković, V., Gordon, E. 2013. Risk Perception in Choosing a Destination: A Cross Cultural Study Among Israeli and Serbian Tourists, Contemporary Issues in Economics, Business and Management - EBM 2012, Conference Proceedings, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 199-207, ISBN: 978-86-6091-037-2 (M33)
- Senić, V., Marinković, V. 2013. Examining the Effect of Different Components of Customer Value on Attitudinal Loyalty and Behavioral Intentions, 16th QMOD/ICQSS Conference "From Learnability and Innovability to Sustainability", Conference Proceedings, Lunds Unversity (Sweden), Linköping University (Sweden), University of Maribor (Slovenia), Portorož, Slovenia, pp. 1621-1629, ISBN 978-961-232-269-4 (M33)
- Marinković, V. 2013. Uloga satisfakcije u izgradnji lojalnosti klijenata u sektoru usluga, Tematski zbornik radova „Karakteristike, koncepti i izazovi menadžmenta u savremenim uslovima poslovanja, str. 211-227, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu, ISBN 978-86-6091-041-9 (M45)
- Marinković, V. 2013. Da li barijere zamene uslužne kompanije moderiraju povezanost percipiranog imidža i njegovih antecedenti? Marketing, godina 44, broj 1, str. 39-48, ISSN 0354-3471, UDK: 658.012.12 (M51)
- Маринковић, В., Сенић, В., Димитровски Д. 2013. Испитивање перцепција потрошача о важности различитих компоненти квалитета услуга у хотелијерству, Научни скуп са међународним учешћем CM2013, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 757-767, ISBN 978-86-7233-329-9 (M63)
- Marinković, V., Senić, V. 2012. Loyalty patterns in corporate banking: insights gained from analysing willingness to recommend and share of wallet concepts, Total Quality Management and Business Excellence, Vol. 23, No. 11-12, str, 1465-1478, ISSN 1478-3363, DOI:10.1080/14783363.2012.733265 (M23)
- Đorđević. M., Šapić, S., Marinković, V. 2012. How Companies Enter International Markets: Presentation and Analysis of the Empirical Research, Actual Problems of Economics, broj 7, str. 331-342, ISSN 1993-6788, COBISS.SR-ID 9938204 (M23)
- Marinković, V., Obradović, V. 2012. Identification Of Drivers Of Client Satisfaction and Loyalty In Banking Industry, Industrija, br. 3, str. 93-110, ISSN 0350-0373, COBISS.SR-ID 238359 (M24)

- Маринковић, В. 2012. Маркетиншки аспекти сатисфакције и лојалности: оријентација на потрошаче у савременом банкарском пословању, Економски факултет, Крагујевац, број страна 312, ISBN 978-86-6091-022-8, COBISS.SR-ID 189096972 (M42)
- Marinković, V., Senić, V. 2012. Analysis of Service Quality Elements in Corporate Banking, *Ekonomski horizonti*, Ekonomski fakultet, Kragujevac, br. 1, str. 15-24. eISSN 2217-9232, UDK: 005.6:336.71 ; 005.346, doi: 10.5937/ekonhor1201013M, COBISS.SR-ID 190823692 (M51)
- Маринковић, В., Станишић, Н., Костић, М. 2011. Потрошачки етноцентризам грађана Србије, *Социологија*, Социолошко удружење Србије и Црне Горе и Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета у Београду, број 1, стр. 43-58, ISSN 0038-0318, UDK 658.8:323.14, COBISS.SR-ID 37894159 (M24)
- Marinković, V., Senić, V. 2011. Patient Satisfaction: A Case of Serbian Student Polyclinics, *The 12th International Research Symposium on Service Excellence in Management: Advances in Service Quality Innovation and Excellence*, Cornell University, Ithaca, NY, pp. 720-729, ISBN 978-0-578-08457-2 (M33)
- Marinković, V., Senić, V., Mandarić, M. 2011. Investigating Drivers of Repurchase and Word of Mouth: An Empirical Study of Mobile Operators in Serbia, *The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2010)* Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 273-282, ISBN 978-86-6091-018-1, COBISS.SR-ID 512738140 (M33)
- Маринковић, В. 2010. Маркетиншки концепти сатисфакције и лојалности у банкарству, докторска дисертација, Економски факултет, Београд, број страна 295 (M71)
- Veljković, S., Marinković, V. 2010. A Models for Measuring Customer Satisfaction at the National Level, *Економске теме*, Економски факултет Ниш, број 3, стр. 383-402, YU ISSN 0353-8648, UDK 659.113.25:658.8, COBISS.SR-ID 512602460 (M51)
- Маринковић В. 2010. Ефекти лојалности потрошача на стварање дугорочне профитабилности предузећа, *Пословна економија*, Фабус, Сремска Каменица, бр. 2, стр. 633-649, ISSN 1820-6859, UDK 366.622:347.728.1, COBISS.SR-ID 266380295 (M51)

- Маринковић, В. 2006. Улога маркетинг информационог система у процесу доношења одлука, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 1-2, стр. 29-40 YU ISSN 1450-863 X (M53)
- Маринковић, В. 2006. Анализа конкуренције и могућности стварања одрживе конкурентске предности предузећа, Лидер, Бањалука, број 7-8, стр. 24-31. ISSN 1512-9276 (M52)
- Маринковић, В. 2007. Маркетиншке стратегије за промену ставова потрошача, Лидер, Бањалука, број 7-8, стр. 17-23. ISSN 1512-9276 (M52)
- Маринковић, В. 2007. Међусобни утицаји ставова и понашања потрошача, Маркетинг, Српско удружење за маркетинг (СeМА), Београд, број 4, стр. 103-109, ISSN 0354-3471, UDC 366.61, Ulrich ID 1788176 (M52)
- Маринковић, В. 2007. Савремени концепт истраживања ставова потрошача, магистарска теза, Економски факултет, Крагујевац, број страна 180 (M72)
- Маринковић, В. 2008. Примена фокус група и индивидуалног дубинског интервјуа у експлоративној фази процеса маркетинг истраживања, Лидер, Бањалука број 1-2, стр. 51-57. ISSN 1512-9276 (M52)
- Маринковић, В. 2008. Креирање базе лојалних потрошача, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 1, стр. 109-127, YU ISSN 1450-863 X (M53)
- Маринковић, В. 2008. *RFM* анализа профитабилности потрошача, Маркетинг, Српско удружење за маркетинг (СeМА), Београд, број 3, стр. 91-99, ISSN 0354-3471, UDC 366, Ulrich ID 1788176, COBISS.SR-ID 749828 (M52)
- Костић, М., Маринковић, В. 2008. Институционална решења и могући правци развоја туризма Србије, Институционалне промене као детерминанта привредног развоја Србије, Економски факултет, Крагујевац, стр. 301-312, ISBN 978-86-82203-79-7 (M63)
- Маринковић, В., Филиповић, Ј. 2009. Пројекција вредности потрошача у функцији конкурентске позиције предузећа, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 2, стр. 65-79, YU ISSN 1450-863 X. UDC 005.346 (M52)
- Маринковић, В., Костић, М. 2009. *ACSI* модел као основа за пројекцију тока економске кризе, Економске теме, Економски факултет, Ниш, број 3, стр. 205-218, YU ISSN 0353-8648, UDC 336.1 (M51)
- Маринковић, В., Савовић, С. 2009. Маркетиншки показатељи атрактивности тржишта и конкурентности циљног предузећа, Маркетинг, Српско удружење за

маркетинг (СеМА), Београд, број 4, стр. 221-232, ISSN 0354-3471, UDK 339.13:658.8, Ulrich ID 1788176, COBISS.SR-ID 749828 (M51)

- Маринковић, В., Шапић, С. 2009. Управљање жалбама и заштита потрошача, Нова законска решења у области заштите потрошача, НОПС и Економски факултет у Крагујевцу, Крагујевац, стр. 195-209, ISBN 978-86-87485-02-0 (M63)
- Маринковић, В., Обрадовић, В. 2010. Улога *CLV* концепта у поступку анализе профитабилности потрошача, Рачуноводство, Рачуноводство д.о.о., Београд, број 1-2, стр. 61-71, ISSN 1450-6114, UDK 659.117; 366.626 (M52).