

Osnovni podaci

Ime i prezime: Ines Đokić (rođ. Mesaroš)

Tip članstva u Srpskom udruženju za marketing:
redovno

Funkcije i članstvo u organima Udruženja:
Član skupštine SeMA

Članstvo u Stručnim interesnim grupama

SIG 1: Internet marketing
SIG 2: Promocija i direktni marketing
SIG 3: Odnosi s javnošću

Kontakt e-mail adresa: ines.djokic@ef.uns.ac.rs



Zaposlenje

Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici
Trenutno docent za užu naučnu oblast Marketing I trgovina

Obrazovanje

2009-2016.

Fakultet/Univerzitet/Mesto: Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici

Stečena diploma/titula: doktor nauka – ekonomske nauke

Naziv disertacije/rada: Sinergetski efekti višedimenzionalnog instrumentarija tržišnog komuniciranja u odabranim zemljama Zapadnog Balkana

2007-2009.

Fakultet/Univerzitet/Mesto: Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici

Stečena diploma/titula: diplomirani ekonomista - master

Naziv disertacije/rada: Direktni marketing u integrisanom marketing komuniciranju

2003-2007.

Fakultet/Univerzitet/Mesto: Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici

Stečena diploma/titula: diplomirani ekonomista

Naziv disertacije/rada: Programi za očuvanje zdravlja I bezbednosti zaposlenih

Izabrani naučno-istraživački projekti

2019.

Istraživač, "Evrobarometar – fizička aktivnost stanovništva Vojvodine u kontekstu evrointegracija", Pokrajinski sekretarijata za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost AP Vojvodine

Izvod iz objavljenih publikacija i naučnih radova

1. Djokic, N., Salai, S., Kovac-Znidarsic, R., Djokic, I., & Tomic, G. (2013). The use of conjoint and cluster analysis for preference-based market segmentation. *Engineering Economics*, 24 (4), 343-355.
2. Mesaroš, I., Đokić, N., & Penić, M. (2013). Measuring the communication effects of sales promotion in a food company. *Ekonomika poljoprivrede*, 1/2013, 49-64.
3. Đokić, I., Đokić, N., Pavlović, N., & Kovač P. Žnideršić, R. (2014). Promotion of organic food in Serbia: Implications from organic food consumers' profile research. *Economics of Agriculture*, 61 (4), 837-849.
4. Grubor, A., Djokic, N., Djokic, I., & Kovac-Znidarsic, R. (2015). Application of Health and Taste Attitude Scales in Serbia. *British Food Journal*, 117 (2), 840-860.
5. Grubor, A., Đokić, I. & Milovanov, O. (2017). The influence of social media communication on brand equity - the evidence for environmentally friendly products. *Applied Ecology and Environmental Research*, 15 (3), 963-983.
6. Domazet, I., Đokić, I. & Milovanov, O. (2018). The Influence of the Advertising Media on Brand Awareness. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 23 (1), 13-22.
7. Djokic, I., Grubor, A., Milicevic, N., & Djokic, N. (2020). Increasing Students' Physical Activity in Function of Social Sustainability: Recommendations from a Social Marketing Perspective. *Sustainability*, 12, 1-14.

Ostale važne informacije

- Prethodno tehnički urednik časopisa Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici

Naučni i profesionalni profili i veb adrese

Website: <http://www.ef.uns.ac.rs/kontakti/nastavnici/djokic-ines.php>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/ines-đokić-7a207087/>

ORCID: 0000-0002-0920-0469

Publons: <https://publons.com/researcher/1444521/ines-djokic/>