

Osnovni podaci

Ime i prezime: Marija Vranješ

Tip članstva u Srpskom udruženju za marketing: individualno članstvo

Funkcije i članstvo u organima Udruženja: -

Članstvo u Stručnim interesnim grupama

SIG 1: Ponašanje potrošača

SIG 2: Internet marketing

SIG 3: Korporativna i marketing odgovornost



Kontakt e-mail adresa: vranjesmarija.vps@gmail.com

Zaposlenje

Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu. Asistent za oblast Poslovna ekonomija.

Obrazovanje

Godine /2012.-u toku/

Fakultet/Univerzitet/Mesto: Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu, Kragujevac

Stečena diploma/titula:

Naziv disertacije/rada:

Godine /2009-2011./

Fakultet/Univerzitet/Mesto: Ekonomski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad

Stečena diploma/titula: Master ekonomista

Naziv disertacije/rada: Primena Internet promocije u globalnom poslovanju

Godine /2006.-2009./

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

Stečena diploma/titula: Ekonomista

Naziv disertacije/rada: Kupoholizam kao trend u ponašanju žena kao potrošača

Izabrani naučno-istraživački projekti

-

Izabrani poslovni projekti / Konsultantske aktivnosti

-

Izvod iz objavljenih publikacija i naučnih radova

Tomašević, D., Gašević, D., Vranješ, M. (2020). Uticaj elemenata kvaliteta usluga u maloprodajnim trgovinskim objektima na lojalnost potrošača. *Marketing*, 51 (2), 121-130.

Gašević, D., Vranješ, M., Tomašević, D. (2019). The influence of consumer lifestyle in the Republic of Serbia on consumer ethnocentrism. *Škola biznisa*, 2/2019, 78-94.

Vranješ, M., Jovičić, D., Gašević, D. (2019). Analysis of the effects of demographic variables and characteristics of the facebook social network on purchasing. *Škola biznisa*, 1/2019, 86-106.

Gašević, D., Vranješ, M., Tomašević, D. (2019). Kvalitet usluga u funkciji zadovoljstva potrošača. *Ekonomija – teorija i praksa*, 2/2019, 45-53.

Jovičić, D., Vranješ, M., Gašević, D. (2018). Efficient marketing channels as prerequisite for competitiveness in the Serbian gas boiler market. *Škola biznisa*, 2/2018, 56-67.

Gašević, D., Tomašević, D., Vranješ, M. (2017). Key Factors Determining the Ethnocentric Tendencies of Consumers in Serbia. *Management Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 22 (3), 63-73.

Gašević, D., Jovičić, D., Tomašević, D., Vranješ, M. (2017). Primena faktorske analize u istraživanju potrošačkog etnocentrizma. *Škola biznisa*, 2/2017, 18-37.

Gašević, D., Vranješ, M., Tomašević, D. (2016). Identifikacija ključnih determinanti satisfakcije korisnika usluga elektronskog bankarstva. *Ekonomске teme*, 54 (2), 301-321.

Vranješ, M., Jovičić, D., Tomašević, D. (2016). Vrednovanje brenda iz perspektive potrošača. *Marketing*, 47 (2), 129-136.

Vranješ, M., Gašević, D., Tomašević, D. (2014). Analiza elemenata kvaliteta usluga u visokom obrazovanju. *Marketing*, 45 (3), 213-222.

Ostale važne informacije

Obuka: Social media (edukator: Jasna Komatović)

Kurs: Facebook & Instagram PRO (edukator: Milan Maglov)

Član marketing tima Visoke poslovne škole strukovnih studija u Novom Sadu

Naučni i profesionalni profili i veb adrese

Website: http://www.vps.ns.ac.rs/zaposleni/marija_vranjes/