

УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
Број: 3560/XV
Датум: 29.11.2019. год.
КРАГУЈЕВАЦ

Наставно-научно веће Економског факултета у Крагујевцу, на основу чл. 80. ст. 1. тач. 38. Статута Факултета, декана Економског факултета у Крагујевцу, проф. др Петра Веселиновића, на седници одржаној 29.11.2019. године, донело је следећу

О Д Л У К У

I - Др **ВЕЉКО МАРИНКОВИЋ**, редовни професор Економског факултета у Крагујевцу, ужа научна област Пословна економија, **ПРЕДЛАЖЕ СЕ** за доделу *Светосавске награде за изузетна постигнућа*, у 2020. години, коју додељује Универзитет у Крагујевцу.

Образложење Предлога за доделу Светосавске награде за изузетна постигнућа, у 2020. години, саставни је део ове Одлуке.

II - Одлуку доставити: Универзитету у Крагујевцу, предлагачу и архиви Већа.

ПРЕДСЕДНИК ВЕЋА
Проф. др *Петар Веселиновић*



ПРЕДМЕТ: Предлог за доделу Светосавске награде за изузетна постигнућа

На основу Позива Универзитета у Крагујевцу, бр. 1-01-492 од 17.10.2019. године, достављам вам предлог кандидата проф. др Вељка Маринковића за доделу Светосавске награде за изузетна постигнућа, коју додељује Универзитет у Крагујевцу у 2020. години.

1. Биографија

Вељко Маринковић је рођен 13. јуна 1978. године у Крагујевцу где је завршио основну школу и Другу крагујевачку гимназију са одличним успехом. Дипломирао је на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, смер Међународни менаџмент. После завршених студија уписао је последипломске студије на Економском факултету у Крагујевцу, смер Менаџмент – усмерење Маркетинг. Магистарску тезу, под називом: „Савремени концепт истраживања ставова потрошача“, одбранио је на Економском факултету у Крагујевцу 20. априла 2007. године. Докторску дисертацију под насловом: „Маркетиншки концепти сатисфакције и лојалности у банкарству“ одбранио је 17. маја 2010. године на Економском факултету Универзитета у Београду.

Од 14. јула 2003. године, Вељко Маринковић ради на Економском факултету у Крагујевцу као асистент приправник на наставном предмету Истраживање тржишта. Унапређен је у звање асистента на истом наставном предмету 18. јуна 2008. године. Изабран је у звање доцента на наставним предметима Понашање потрошача и Истраживање тржишта 10. новембра 2010. године. У звање ванредног професора на наставним предметима Понашање потрошача и Истраживање тржишта, изабран је 12. марта 2015. године. У звање редовни професор за ужу научну област Пословна економија, наставни предмети Понашање потрошача и Истраживање тржишта, изабран је 27. септембра 2019. године. Изводи наставу и из наставних предмета Квантитативна анализа у маркетингу (на мастер студијама) и Маркетинг односа са потрошачима и Методологија научног истраживања (на докторским студијама).

Области научног интересовања Вељка Маринковића су квалитет услуга, мерење сатисфакције и лојалности потрошача, мобилни маркетинг, маркетинг у туризму, потрошачки етноцентризам. Аутор је преко 75 научних радова, од којих су неки објављени у водећим светским часописима (International Journal of Information Management, Technological Forecasting and Social Change, Online Information Review, Leisure Studies, International Journal of Tourism Research, International Journal of Consumer Studies, Total Quality Management and Business Excellence, Information Systems and e-Business Management, International Journal of Bank Marketing, Journal of Retailing and Consumer Services.) Учествовао је у изради већег броја пројеката из области маркетинга, истраживања тржишта и културног туризма.

Вељко Маринковић је члан Научног савета Српског удружења за маркетинг и Редакционог одбора часописа Маркетинг. Био је члан Редакционог одбора часописа Економски хоризонти. Био је и члан Председништва Српског удружења за маркетинг, директор Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, председник комисије за основне и мастер студије и руководилац модула Маркетинг на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, председник Организационог одбора међународне научне Конференције: „Contemporary Issues in Economics, Business and Management – ЕВМ 2012“, члан Научног одбора међународне научне конференције: „Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia“, члан Организационог одбора конференције: „Изаови и проблеми савременог маркетинга“, члан Организационог одбора манифестације „Недеља маркетинга“, члан Надзорног одбора Српског удружења за маркетинг, члан Комисије за обезбеђење квалитета наставно-образовног и научно-истраживачког рада на Економском факултету у Крагујевцу, члан Тима за дефинисање маркетиншке стратегије

Економског факултета у Крагујевцу. Добитник је Захвалнице Економског факултета Универзитета у Крагујевцу за допринос међународној афирмацији научно-истраживачког рада факултета.

2. Библиографија радова

- 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, doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076 (Volume in Progress) (M21a)
- 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)
- Kalinic, Z., Marinković, V., Đorđević, A., Liébana-Cabanillas, F. 2019. What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, *Journal of Enterprise Information Management*, ISSN 1741-0398, First Online, DOI 10.1108/JEIM-05-2019-0136 (M22)
- Marinković, V., Đorđević, A., Kalinić, Z. 2019. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, *Technology Analysis & Strategic Management*, ISSN: 1465-3990, First Online, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F. and Marinković, V. 2019. The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems, *International Journal of Bank Marketing*, ISSN 0265-2323, First Online, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012> (M22)
- 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)
- 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)
- Ђорђевић, А., Маринковић, В. 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Економски факултет, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6 (M42)
- 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 (M21)
- Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V. 2018. 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* (article in press), DOI: 10.7595/management.fon.2018.0013 (M24).
- 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. 273-282, ISBN 978-86-6091-083-9, pp. 161-173 (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*, 41(2), 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. 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).
- 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)
- 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)
- Коцић, М., Маринковић, В., Алимпић, С. 2016. Мерење вредности брэнда 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)
- 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 Faculty of Management Cracow University of Economics "Knowledge – Economy – Society", June 1-3, Krakow, (Proceedings in press) (M33) Marinkovic, V., Liebana-Cabanillas, F., Kalinic, Z., Ramos de Luna, I. (2016). Predicting the determinants of mobile commerce acceptance: A SEM approach. 8th International Scientific Conference Faculty of Management Cracow University of Economics "Knowledge – Economy – Society", June 1-3, Krakow, Book Knowledge – Economy – Society: Strategies, Concepts and Instruments of Management, Edited by Renata Oczkowska, Andrzej Jaki, Bogusz Mikuła, ISBN 978-83-65173-28-7, Chapter 11, pp. 113-121, 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 (M14)
- 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)
- 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)
 - 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. 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)
 - 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. [in:] Eds. R. Borowiecki, A. Jaki. P.Lula, *Knowledge – Economy – Society. Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions, Krakow 2015, Foundation of the Cracow University of Economics*, 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)
 - 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).
 - 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)
 - 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)
 - 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)
 - 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 Суботнице, Универзитет у Новом Саду, стр. 757-767, ISBN 978-86-7233-329-9 (M63)
 - 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)
 - 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. 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)
 - 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 (M14)
 - 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 (M14)
 - 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 (СeМА), 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).

3. Резултати наставног рада проф. др Вељка Маринковића

Проф. др Вељко Маринковић је, почевши од 14. јула 2003. године, на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, обављао наставне активности, предавања и вежбе, на следећим наставним предметима: Истраживање тржишта и Понашање потрошача (основне академске студије), Квантитативна анализа у маркетингу (мастер академске студије), Маркетинг односа са потрошачима и Методологија научног истраживања (докторске академске студије). Педагошки рад проф. др Вељка Маринковића је позитивно оцењен високим оценама по свим критеријумима који се прате у поступку евалуације наставног процеса, у званичним годишњим анкетама студената. Проф. др Вељко Маринковић, је предлагач наставног програма предмета под називом

Квантитативна анализа у маркетингу. Исход предмета је стицање практичних знања и вештина студената у домену анализе података и предвиђања тражње. Савремени наставни концепт на овом предмету подразумева извођење наставе у рачунарској учионици у циљу оспособљавања студената за рад у Статистичком пакету за друштвене науке (Statistical Package for Social Sciences-SPSS). Реч је о једном од најчешће коришћених статистичких пакета у пољу друштвених наука, између осталог и у маркетингу. У том контексту, студенти уче како да прецизно интерпретирају добијене резултате који представљају инпут за доношење одлука и формулисање маркетинг стратегије.

Др Вељко Маринковић је и аутор две монографије из уже научне области Пословна економија:

1. 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).

2. Ђорђевић, А., Маринковић, В. 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6, COBISS.SR-ID 275915532 (M42).

Када је реч о развоју наставе, важно је истаћи да је др Вељко Маринковић био члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета у три мандата (2013. године, 2017. године и 2019. године).

Проф. др Вељко Маринковић је био ментор или члан комисије већег броја завршних радова на основним и мастер академским студијама. Осим наведеног, др Вељко Маринковић је био ментор при изради и одбрани следеће докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу: „Д. Секулић (2017). Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513644124: Датум одбране = 12.04.2017. год“.

Проф. др Вељко Маринковић је био и члан комисија за оцену и одбрану следећих докторских дисертација на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу и на Економском факултету у Суботици Универзитета у Новом Саду:

1. К. Лековић (2016). Деца потрошачи и процес одлучивања о породичној куповини у одабраним земљама југоисточне Европе, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду, COBISS.SR-ID 324216327: Датум одбране = 09.07.2016. год.

2. С. Ралетић-Јогановић (2017). Маркетинг са друштвеним циљем и еколошки одговорно понашање потрошача са простора бивше Југославије, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду, COBISS.SR-ID 513909596: Датум одбране = 27.10.2017. год.

3. К. Будимчевић (2018). Вишекритеријумски приступ евалуацији перформанси у функцији побољшања квалитета услуга авио-компанија, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513820764: Датум одбране = 25.10.2018. год.

4. С. Алимпић (2018). Утицај метода унапређења продаје на импулсивно понашање потрошача, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513821276: Датум одбране = 03.11.2018. год.

Проф. др Вељко Маринковић одређен је за ментора докторске дисертације под насловом: „Креирање вредности потрошачима у функцији развоја маркетиншких односа“, кандидата Снежане Топаловић, чија је израда одобрена од стране Већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу. Такође, др Вељко Маринковић је члан комисије за оцену научне заснованости теме и испуњености услова кандидата Јоване Филиповић за израду докторске дисертације под насловом: „Детерминанте ставова и намера потрошача у погледу куповине домаћих и глобалних брендова“, која је одобрена за израду од стране Већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу, као и члан комисије за оцену подобности кандидата, теме и ментора докторске дисертације под називом: „Детерминанте намере коришћења услуга из домена економије дељења код миленијумске генерације у Републици Србији“, кандидата

Милана Бркљача, која је одобрена за израду од стране Наставно-научног већа Економског факултета у Суботици, Универзитета у Новом Саду.

Када је реч о учешћима у комисијама за избор у звање наставника и сарадника, проф. др Вељко Маринковић је и у овом пољу дао значајан допринос развоју научног подмлатка, кроз учешће у следећим комисијама:

- Учешће у Комисији за избор наставника у звање ванредног професора за ужу научну област Пословна економија и управљање, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за избор наставника у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за избор наставника у звање доцента за ужу научну област Пословна економија и управљање, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за припрему извештаја за избор (поновни избор), по конкурс, једног сарадника у звање асистента, за ужу научну област Менаџмент и пословна економија – наставни предмети Менаџмент у туризму и хотелијерству и Економика и организација трговинских предузећа, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за припрему извештаја за избор (поновни избор), по конкурс, једног сарадника у звање асистента, за ужу научну област Пословна економија – наставни предмети Међународно пословање и Међународни маркетинг, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за припрему извештаја о пријављеним кандидатима на конкурс за избор једног сарадника у звање Асистент са докторатом за ужу област Маркетинг, на Економском факултету у Суботици, Универзитета у Новом Саду;
- Учешће у Комисији за оцену приступног предавања кандидата, по конкурс, за избор једног наставника у звање доцента, за ужу научну област Менаџмент и пословна економија – наставни предмети Менаџмент у туризму и хотелијерству и Економика и организација трговинских предузећа, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу.

4. Стручно-професионални допринос и допринос широј академској заједници проф. др Вељка Маринковића

Проф. др Вељко Маринковић је учесник, или је учествовао у реализацији следећих научних пројеката:

- „Економски аспекти европских интеграција - искуства и перспективе Републике Србије“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу (пројекат се тренутно спроводи).
- „Од кризе до економског развоја: савремени изазови у економији и менаџменту“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2012-2017. год.
- „Институционалне претпоставке процеса транзиције у функцији раста и развоја“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2007-2012. год.

Проф. др Вељко Маринковић је члан редакционог одбора часописа Маркетинг, а био је и члан редакционог одбора часописа Економски хоризонти. Нарочито истакнуту улогу, професор Маринковић има у рецензирању радова, будући да је у досадашњем периоду био рецензент у значајном броју домаћих и међународних часописа, и то: Technological Forecasting and Social Change, Online Information Review, Total Quality Management and Business Excellence, Journal of Retailing and Consumer Services, International Journal of Bank Marketing, Facta Universitatis, Series: Economics and Organization, Економски хоризонти, Менаџмент у хотелијерству и туризму,

International Journal of Contemporary Hospitality Management, International Journal of Mobile Communications, Interactive Learning Environments, Technology Analysis & Strategic Management.

Проф. др Вељко Маринковић је био:

- председник Организационог одбора међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2012;
- члан Организационог одбора међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (2010; 2014);
- члан Програмског одбора међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2018;
- члан Научног одбора међународне конференције: International Research-Expert Conference: Business Development (2018);
- члан Научног одбора међународне научне конференције: Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia (2016; 2017; 2018; 2019);
- члан Организационог одбора научне конференције: Изазови и проблеми савременог маркетинга (2017).

Проф. др Вељко Маринковић је члан Научног савета Српског удружења за маркетинг, а био је и члан Председништва датог удружења. Такође, био је и учесник на пројекту TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“, 2008. год. Проф. др Вељко Маринковић је допринео и сарадњи универзитета, привреде и друштвене заједнице кроз учешће на пројекту: „Нови послови за младе књиговође“, у оквиру програма „E2E – Знањем до посла: Развијање вештина младих и јавно-приватно партнерство у Србији“. Осим наведеног, учествовао је и у изради стручних студија из области маркетинга, истраживања тржишта и културалног туризма, и то:

- „Истраживање инфраструктурних потреба ИТ сектора на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 2017. године;
- „Испитивање ставова грађана о Сабору трубача у Гучи“, Центар за културу и спорт општине Лучани, мај 2015;
- „Истраживање услуга изнајмљивања гробних места и израде и постављања надгробних споменика на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2010. год;
- „Истраживање тржишта неспецијализоване продаје на мало, претежно хране, дувана и пића Града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2009. год;
- „Маркетинг план Центра за доживотно учење“, Tempus project Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES“, University of Kragujevac, 2010.

Проф. др Вељко Маринковић је био и:

- Модератор сесије: Key Issues in Management and Marketing, међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2018;
- Члан програмског одбора стручног скупа: „Изазови и проблеми савремене економије у функцији унапређивања наставе у средњим стручним школама“, и модератор стручног скупа: „Образовни систем и савремени услови пословања: унапређивање квалитета наставе у средњим стручним школама у складу са потребама тржишта рада“, које је организовао Економски факултет Универзитета у Крагујевцу;

• Предавач на округлом столу: „Маркетинг – проблеми и перспективе“ који је одржан 03. децембра 2014. године на Економском факултету у Нишу у организацији Српског удружења за маркетинг.

Важно је истаћи да је коауторски рад др Вељка Маринковића под насловом: „Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions“ сврстан у најбоље радове 16. међународне конференције: QMOD/ICQSS Conference ”From Learnability and Innovability to Sustainability”, коју су организовали Lunds University (Sweden), Linköping University (Sweden) и University of Maribor (Slovenia), због чега је овај рад објављен у међународном часопису International Journal of Quality and Service Sciences (Scopus – категорија Q1). Такође, коауторски рад професора Маринковића под насловом: „Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности“, проглашен најбољим радом на домаћој научној конференцији: „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, коју је 2017. године организовало Српско удружење за маркетинг.

5. Образложење изузетног постигнућа проф. др Вељка Маринковића у протеклих пет година

У свом досадашњем научном раду, а нарочито у периоду 2014-2019. године, проф. др Вељко Маринковић је остварио изузетне научне резултате у области економских наука. За 16 година рада на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу објавио је преко 75 научних радова, од чега 45 научних радова у периоду 2014-2019. године. Нарочито је важно истаћи да је проф. др Вељко Маринковић до сада објавио укупно 27 радова у категорији M20, од чега 19 радова у периоду 2014-2019. године. Од поменутих 19 радова, 2 рада припадају категорији M21a, 2 рада су у категорији M21, 6 радова су у категорији M22, 3 рада су у категорији M23, 3 рада су у категорији M24, 1 рад је у категорији Scopus Q1, и 2 рада су у категорији Scopus Q2.

„H“ индекс аутора Вељка Маринковића у индексној бази Web of Sciences износи 7, уз укупно 162 цитата. Посебно је вредно истаћи да је коауторски рад проф. др Вељка Маринковића под насловом: „A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance“ до сада цитиран 55 пута у бази Web of Sciences и он се сврстава у 1% најцитиранијих радова у овој бази за 2019. годину у пољу друштвених наука. Када је реч о бази Scopus, радови проф. др Вељка Маринковића цитирани су 235 пута уз остварену вредност 9 „H“ индекса. Може се констатовати да су ово веома вредни и запажени научни резултати у пољу друштвених наука који потврђују да је Вељко Маринковић познат и поштован научник из области Пословне економије.

Сви радови проф. др Вељка Маринковића спадају у ужу научну област Пословна економија и тиме је професор Маринковић остао доследан најужем подручју свог истраживачког интересовања. Сви ови радови по својем квалитету и цитираности представљају најбољу потврду његове склоности и квалификованости за научноистраживачки рад и вредан допринос ужој научној области Пословна економија и развоју науке у пољу друштвених наука на Универзитету у Крагујевцу.

Вреди истаћи и чињеницу да је коауторски рад професора Маринковића под насловом: „Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности“, проглашен најбољим радом на домаћој научној конференцији: „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, коју је 2017. године организовало Српско удружење за маркетинг. Осим наведеног, коауторски рад др Вељка Маринковића под насловом: „Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions“ сврстан је у најбоље радове 16. међународне конференције: QMOD/ICQSS Conference ”From Learnability and Innovability to Sustainability”, коју су организовали Lunds University (Sweden), Linköping University (Sweden) и University of Maribor (Slovenia), због чега је овај рад објављен у међународном часопису International Journal of Quality and Service Sciences (Scopus – категорија Q1).

У погледу наставних активности, проф. др Вељко Маринковић је, пратећи нове трендове дигитализације, значајно иновирао наставни процес на основним и мастер академским студијама увођењем бројних практичних активности, као што су истраживачки радови, фокус групе, решавање студија случаја, рад у програмима из области пословне интелигенције и анализе

података (Weka 3.8.2, IBM SPSS). Кроз менторски рад са студентима докторских студија у оквиру наставног предмета Маркетинг односа са потрошачима, др Вељко Маринковић је својим коментарима и сугестијама помогао већем броју студената да напишу квалитетне приступне радове, који су касније, уз мање адаптације, објављени у часописима категорије M51.

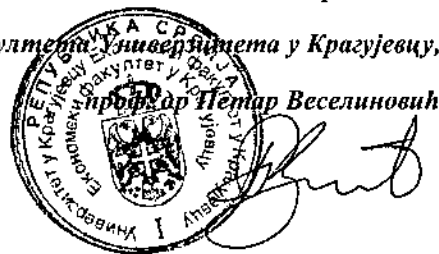
Проф. др Вељко Маринковић је у периоду 2014-2019. пружио и значајан допринос развоју научног подмлатка, кроз менторство једне докторске дисертације, чланства у комисијама за одбрану четири докторске дисертације на Универзитетима у Новом Саду и Крагујевцу и кроз учешће у комисијама за избор наставника и сарадника.

Допринос професора Маринковића академској и широј заједници је свестран и значајан. Нарочито је важно истаћи да је, упркос чињеници да још увек спада у ред младих научника, професор Маринковић изабран у Научни савет Српског удружења за маркетинг, у којем се налази још пет старијих еминентних професора који су у претходним деценијама поставили темеље и допринели развоју Маркетинга као научне дисциплине на Универзитетима у Републици Србији. Осим наведеног, професор Маринковић је био члан уредништва, или рецензент у великом броју домаћих и иностраних часописа, као и члан програмских и организационих одбора домаћих и међународних научних конференција. Проф. др Вељко Маринковић поседује искуство и у изради професионалних експертиза и стручних студија. Такође, активно учествује у раду органа и тела Факултета. У периоду 2014-2019, проф. др Вељко Маринковић је био директор Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета 2017. и 2019. године.

Предлагач:

декан Економског факултета Универзитета у Крагујевцу,

проф. др Петар Веселиновић

The image shows a circular official stamp of the Faculty of Economics, University of Kragujevac. The stamp contains the text 'РЕПУБЛИКА СРБИЈА' at the top, 'Универзитет у Крагујевцу' on the left, 'Економски факултет у Крагујевцу' on the right, and 'Факултет I' at the bottom. In the center is the coat of arms of the Republic of Serbia. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

1. Вељко Маринковић - Биографија

Вељко Маринковић је рођен 13. јуна 1978. године у Крагујевцу где је завршио основну школу и Другу крагујевачку гимназију са одличним успехом. Дипломирао је на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, смер Међународни менаџмент. После завршених студија уписао је последипломске студије на Економском факултету у Крагујевцу, смер Менаџмент – усмерење Маркетинг. Магистарску тезу, под насловом: „Савремени концепт истраживања ставова потрошача“, одбранио је на Економском факултету у Крагујевцу 20. априла 2007. године. Докторску дисертацију под насловом: „Маркетиншки концепти сатисфакције и лојалности у банкарству“ одбранио је 17. маја 2010. године на Економском факултету Универзитета у Београду.

Од 14. јула 2003. године, Вељко Маринковић ради на Економском факултету у Крагујевцу као асистент приправник на наставном предмету Истраживање тржишта. Унапређен је у звање асистента на истом наставном предмету 18. јуна 2008. године. Изабран је у звање доцента на наставним предметима Понашање потрошача и Истраживање тржишта 10. новембра 2010. У звање ванредног професора на наставним предметима Понашање потрошача и Истраживање тржишта, изабран је 12. марта 2015. У звање редовни професор за ужу научну област Пословна економија, наставни предмети Истраживање тржишта и Понашање потрошача, изабран је 27. септембра 2019. године. Изводи наставу и из наставних предмета Квантитативна анализа у маркетингу (на мастер студијама) и Маркетинг односа са потрошачима и Методологија научног истраживања (на докторским студијама).

Области научног интересовања Вељка Маринковића су квалитет услуга, мерење сатисфакције и лојалности потрошача, мобилни маркетинг, маркетинг у туризму, потрошачки етноцентризам. Аутор је преко 75 научних радова, од којих су неки објављени у водећим светским часописима (*International Journal of Information Management, Technological Forecasting and Social Change, Online Information Review, Leisure Studies, International Journal of Tourism Research, International Journal of Consumer Studies, Total Quality Management and Business Excellence, Information Systems and e-Business Management, International Journal of Bank Marketing, Journal of Retailing and Consumer Services*). Учествовао је у изради већег броја пројеката из области маркетинга, истраживања тржишта и културног туризма.

Вељко Маринковић је члан Научног савета Српског удружења за маркетинг и Редакционог одбора часописа Маркетинг. Био је члан Редакционог одбора часописа Економски хоризонти. Био је и члан Председништва Српског удружења за маркетинг, директор Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, председник комисије за основне и мастер студије и руководилац модула Маркетинг на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, председник Организационог одбора међународне научне конференције: „Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2012“, члан Научног одбора међународне научне конференције: „Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia“, члан

Организационог одбора конференције: „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, члан Организационог одбора манифестације „Недеља маркетинга“, члан Надзорног одбора Српског удружења за маркетинг, члан Комисије за обезбеђење квалитета наставно-образовног и научноистраживачког рада на Економском факултету у Крагујевцу, члан Тима за дефинисање маркетиншке стратегије Економског факултета у Крагујевцу. Добитник је Захвалнице Економског факултета Универзитета у Крагујевцу за допринос међународној афирмацији научноистраживачког рада факултета.

2. Библиографија радова

- 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, doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076 (Volume in Progress) (M21a)
- 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)
- Kalinic, Z., Marinković, V., Đorđević, A., Liébana-Cabanillas, F. 2019. What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, *Journal of Enterprise Information Management*, ISSN 1741-0398, First Online, DOI 10.1108/JEIM-05-2019-0136 (M22)
- Marinković, V., Đorđević, A., Kalinić, Z. 2019. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, *Technology Analysis & Strategic Management*, ISSN: 1465-3990, First Online, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F. and Marinković, V. 2019. The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems, *International Journal of Bank Marketing*, ISSN 0265-2323, First Online, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012> (M22)
- 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)
- 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)

- Ђорђевић, А., Маринковић, В. 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Економски факултет, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6 (M42)
- 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 (M21)
- Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V. 2018. 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* (article in press), DOI: 10.7595/management.fon.2018.0013 (M24).
- 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. 273-282, ISBN 978-86-6091-083-9, pp. 161-173 (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*, 41(2), 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)
- Ђорђевић, А., Маринковић, В. 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. 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., Срнић, 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).
- 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)
- 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)
- 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/posko10-12417 (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)
- 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 Faculty of Management Cracow University of Economics "Knowledge – Economy – Society", June 1-3, Krakow, (Proceedings in press) (M33) Marinkovic, V., Liebana-Cabanillas, F., Kalinic, Z., Ramos de Luna, I. (2016). Predicting the determinants of mobile commerce acceptance: A SEM approach. 8th International Scientific Conference Faculty of Management Cracow University of Economics "Knowledge – Economy – Society", June 1-3, Krakow, Book Knowledge – Economy – Society: Strategies, Concepts and Instruments of

Management, Edited by Renata Oczkowska, Andrzej Jaki, Bogusz Mikula, ISBN 978-83-65173-28-7, Chapter 11, pp. 113-121, 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 (M14)
- 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)
- 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)
- 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. 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)
- 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. [in:] Eds. R. Borowiecki, A. Jaki. P.Lula, Knowledge – Economy – Society. Challenges of Contemporary Economics in the Face of Global Market Conditions, Krakow 2015, Foundation of the Cracow University of Economics, 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)
 - 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).
 - 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. Мерсење 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 мерсење 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)*
 - 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)*
 - 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)

- 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)
- 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 University (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)
- 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. 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)
- 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 (M14)
- 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 (M14)
- 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 (CeMA), 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 (CeMA), 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).

3. Резултати наставног рада проф. др Вељка Маринковића

Проф. др Вељко Маринковић је, почевши од 14. јула 2003. године, на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, обављао наставне активности, предавања и вежбе, на следећим наставним предметима: Истраживање тржишта и Понашање потрошача (основне академске студије), Квантитативна анализа у маркетингу (мастер академске студије), Маркетинг односа са потрошачима и Методологија научног истраживања (докторске академске студије). Педагошки рад проф. др Вељка Маринковића је позитивно оцењен високим оценама по свим критеријумима који се прате у поступку евалуације наставног процеса, у званичним годишњим анкетама студената. Проф. др Вељко Маринковић, је предлагач наставног програма предмета под називом Квантитативна анализа у маркетингу. Исход предмета је стицање практичних знања и вештина студената у домену анализе података и предвиђања тражње. Савремени наставни концепт на овом предмету подразумева извођење наставе у рачунарској учиници у циљу оспособљавања студената за рад у Статистичком пакету за друштвене науке (Statistical Package for Social Sciences-SPSS). Реч је о једном од најчешће коришћених статистичких пакета у пољу друштвених наука, између

осталог и у маркетингу. У том контексту, студенти уче како да прецизно интерпретирају добијене резултате који представљају инпут за доношење одлука и формулисање маркетинг стратегије.

Др Вељко Маринковић је и аутор две монографије из уже научне области Пословна економија:

1. 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).

2. Ђорђевић, А., Маринковић, В. 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6, COBISS.SR-ID 275915532 (M42).

Када је реч о развоју наставе, важно је истаћи да је др Вељко Маринковић био члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета у три мандата (2013. године, 2017. године и 2019. године).

Проф. др Вељко Маринковић је био ментор или члан комисије већег броја завршних радова на основним и мастер академским студијама. Осим наведеног, др Вељко Маринковић је био ментор при изради и одбрани следеће докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу: „Д. Секулић (2017). Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513644124: Датум одбране = 12.04.2017. год“.

Проф. др Вељко Маринковић је био и члан комисија за оцену и одбрану следећих докторских дисертација на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу и на Економском факултету у Суботици Универзитета у Новом Саду:

1. К. Лековић (2016). Деца потрошачи и процес одлучивања о породичној куповини у одабраним земљама југоисточне Европе, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду, COBISS.SR-ID 324216327: Датум одбране = 09.07.2016. год.

2. С. Ралетић-Јотановић (2017). Маркетинг са друштвеним циљем и еколошки одговорно понашање потрошача са простора бивше Југославије, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду, COBISS.SR-ID 513909596: Датум одбране = 27.10.2017. год.

3. К. Будимчевић (2018). Вишекритеријумски приступ евалуацији перформанси у функцији побољшања квалитета услуга авио-компанија, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513820764: Датум одбране = 25.10.2018. год.

4. С. Алимпић (2018). Утицај метода унапређења продаје на импулсивно понашање потрошача, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, COBISS.SR-ID 513821276: Датум одбране = 03.11.2018. год.

Проф. др Вељко Маринковић одређен је за ментора докторске дисертације под насловом: „Креирање вредности потрошачима у функцији развоја маркетиншких односа“, кандидата Снежане Топаловић, чија је израда одобрена од стране Већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу. Такође, др Вељко Маринковић је члан комисије за оцену научне заснованости теме и испуњености услова кандидата Јоване Филиповић за израду докторске дисертације под насловом: „Детерминанте ставова и намера потрошача у погледу куповине домаћих и глобалних брендова“, која је одобрена за израду од стране Већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу, као и члан комисије за оцену подобности кандидата, теме и ментора докторске дисертације под називом: „Детерминанте намере коришћења услуга из домена економије дељења код миленијумске генерације у Републици Србији“, кандидата Милана Бркљача, која је одобрена за израду од стране Наставно-научног већа Економског факултета у Суботици, Универзитета у Новом Саду.

Када је реч о учешћима у комисијама за избор у звање наставника и сарадника, проф. др Вељко Маринковић је и у овом пољу дао значајан допринос развоју научног подмлатка, кроз учешће у следећим комисијама:

- Учешће у Комисији за избор наставника у звање ванредног професора за ужу научну област Пословна економија и управљање, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за избор наставника у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за избор наставника у звање доцента за ужу научну област Пословна економија и управљање, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за припрему извештаја за избор (поновни избор), по конкурс, једног сарадника у звање асистента, за ужу научну област Менаџмент и пословна економија – наставни предмети Менаџмент у туризму и хотелијерству и Економика и организација трговинских предузећа, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу;
- Учешће у Комисији за припрему извештаја за избор (поновни избор), по конкурс, једног сарадника у звање асистента, за ужу научну област Пословна економија – наставни предмети Међународно пословање и Међународни маркетинг, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу;

- Учешће у Комисији за припрему извештаја о пријављеним кандидатима на конкурс за избор једног сарадника у звање Асистент са докторатом за ужу област Маркетинг, на Економском факултету у Суботици, Универзитета у Новом Саду;

- Учешће у Комисији за оцену приступног предавања кандидата, по конкурс, за избор једног наставника у звање доцента, за ужу научну област Менаџмент и пословна економија – наставни предмети Менаџмент у туризму и хотелијерству и Економика и организација трговинских предузећа, на Економском факултету, Универзитета у Крагујевцу.

4. Стручно-професионални допринос и допринос широј академској заједници проф. др Вељка Маринковића

Проф. др Вељко Маринковић је учесник, или је учествовао у реализацији следећих научних пројеката:

- „Економски аспекти европских интеграција - искуства и перспективе Републике Србије“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу (пројекат се тренутно спроводи).

- „Од кризе до економског развоја: савремени изазови у економији и менаџменту“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2012-2017. год.

- „Институционалне претпоставке процеса транзиције у функцији раста и развоја“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2007-2012. год.

Проф. др Вељко Маринковић је члан редакционог одбора часописа Маркетинг, а био је и члан редакционог одбора часописа Економски хоризонти. Нарочито истакнуту улогу, професор Маринковић има у рецензирању радова, будући да је у досадашњем периоду био рецензент у значајном броју домаћих и међународних часописа, и то: *Technological Forecasting and Social Change*, *Online Information Review*, *Total Quality Management and Business Excellence*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *International Journal of Bank Marketing*, *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, Економски хоризонти, Менаџмент у хотелијерству и туризму, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *International Journal of Mobile Communications*, *Interactive Learning Environments*, *Technology Analysis & Strategic Management*.

Проф. др Вељко Маринковић је био:

- председник Организационог одбора међународне научне конференције: *Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2012*;

- члан Организационог одбора међународне научне конференције: *Contemporary Issues in Economics, Business and Management (2010; 2014)*;

- члан Програмског одбора међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2018;
- члан Научног одбора међународне конференције: International Research-Expert Conference: Business Development (2018);
- члан Научног одбора међународне научне конференције: Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia (2016; 2017; 2018; 2019);
- члан Организационог одбора научне конференције: Изазови и проблеми савременог маркетинга (2017).

Проф. др Вељко Маринковић је члан Научног савета Српског удружења за маркетинг, а био је и члан Председништва датог удружења. Такође, био је и учесник на пројекту TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“, 2008. год. Проф. др Вељко Маринковић је допринео и сарадњи универзитета, привреде и друштвене заједнице кроз учешће на пројекту: „Нови послови за младе књиговође“, у оквиру програма „Е2Е – Знањем до посла: Развијање вештина младих и јавно-приватно партнерство у Србији“. Осим наведеног, учествовао је и у изради стручних студија из области маркетинга, истраживања тржишта и културалног туризма, и то:

- „Истраживање инфраструктурних потреба ИТ сектора на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 2017. године;
- „Испитивање ставова грађана о Сабору трубача у Гучи“, Центар за културу и спорт општине Лучани, мај 2015;
- „Истраживање услуга изнајмљивања гробних места и израде и постављања надгробних споменика на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2010. год;
- „Истраживање тржишта неспецијализоване продаје на мало, претежно хране, дувана и пића Града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2009. год;
- „Маркетинг план Центра за доживотно учење“, Tempus project Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES“, University of Kragujevac, 2010.

Проф. др Вељко Маринковић је био и:

- Модератор сесије: Key Issues in Management and Marketing, међународне научне конференције: Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2018;
- Члан програмског одбора стручног скупа: „Изазови и проблеми савремене економије у функцији унапређивања наставе у средњим стручним школама“, и модератор

стручног скупа: „Образовни систем и савремени услови пословања: унапређивање квалитета наставе у средњим стручним школама у складу са потребама тржишта рада“, које је организовао Економски факултет Универзитета у Крагујевцу;

• Предавач на округлом столу: „Маркетинг – проблеми и перспективе“ који је одржан 03. децембра 2014. године на Економском факултету у Нишу у организацији Српског удружења за маркетинг.

Важно је истаћи да је коауторски рад др Вељка Маринковића под насловом: „Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions“ сврстан у најбоље радове 16. међународне конференције: QMOD/ICQSS Conference "From Learnability and Innovability to Sustainability", коју су организовали Lunds University (Sweden), Linköping University (Sweden) и University of Maribor (Slovenia), због чега је овај рад објављен у међународном часопису International Journal of Quality and Service Sciences (Scopus – категорија Q1). Такође, коауторски рад професора Маринковића под насловом: „Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности“, проглашен најбољим радом на домаћој научној конференцији: „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, коју је 2017. године организовало Српско удружење за маркетинг.

5. Образложење изузетног постигнућа проф. др Вељка Маринковића у протеклих пет година

У свом досадашњем научном раду, а нарочито у периоду 2014-2019. године, проф. др Вељко Маринковић је остварио изузетне научне резултате у области економских наука. За 16 година рада на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу објавио је преко 75 научних радова, од чега 45 научних радова у периоду 2014-2019. године. Нарочито је важно истаћи да је проф. др Вељко Маринковић до сада објавио укупно 27 радова у категорији M20, од чега 19 радова у периоду 2014-2019. године. Од поменутих 19 радова, 2 рада припадају категорији M21a, 2 рада су у категорији M21, 6 радова су у категорији M22, 3 рада су у категорији M23, 3 рада су у категорији M24, 1 рад је у категорији Scopus Q1, и 2 рада су у категорији Scopus Q2.

„H“ индексе аутора Вељка Маринковића у индексној бази Web of Sciences износи 7, уз укупно 162 цитата. Посебно је вредно истаћи да је коауторски рад проф. др Вељка Маринковића под насловом: „A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance“ до сада цитиран 55 пута у бази Web of Sciences и он се сврстава у 1% најцитиранијих радова у овој бази за 2019. годину у пољу друштвених наука. Када је реч о бази Scopus, радови проф. др Вељка Маринковића цитирани су 235 пута уз остварену вредност 9 „H“ индекса. Може се констатовати да су ово веома вредни и запажени научни резултати у пољу друштвених наука који потврђују да је Вељко Маринковић познат и поштован научник из области Пословне економије.

Сви радови проф. др Вељка Маринковића спадају у ужу научну област Пословна економија и тиме је професор Маринковић остао доследан најужем подручју свог истраживачког интересовања. Сви ови радови по својем квалитету и цитираности представљају најбољу потврду његове склоности и квалификованости за научноистраживачки рад и вредан допринос ужој научној области Пословна економија и развоју науке у пољу друштвених наука на Универзитету у Крагујевцу.

Вреди истаћи и чињеницу да је коауторски рад професора Маринковића под насловом: „Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности“, проглашен најбољим радом на домаћој научној конференцији: „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, коју је 2017. године организовало Српско удружење за маркетинг. Осим наведеног, коауторски рад др Вељка Маринковића под насловом: „Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions“ сврстан је у најбоље радове 16. међународне конференције: QMOD/ICQSS Conference "From Learnability and Innovability to Sustainability", коју су организовали Lunds University (Sweden), Linköping University (Sweden) и University of Maribor (Slovenia), због чега је овај рад објављен у међународном часопису International Journal of Quality and Service Sciences (Scopus – категорија Q1).

У погледу наставних активности, проф. др Вељко Маринковић је, пратећи нове трендове дигитализације, значајно иновирао наставни процес на основним и мастер академским студијама увођењем бројних практичних активности, као што су истраживачки радови, фокус групе, решавање студија случаја, рад у програмима из области пословне интелигенције и анализе података (Weka 3.8.2, IBM SPSS). Кроз менторски рад са студентима докторских студија у оквиру наставног предмета Маркетинг односа са потрошачима, др Вељко Маринковић је својим коментарима и сугестијама помогао већем броју студената да напишу квалитетне приступне радове, који су касније, уз мање адаптације, објављени у часописима категорије M51.

Проф. др Вељко Маринковић је у периоду 2014-2019. пружио и значајан допринос развоју научног подмлатка, кроз менторство једне докторске дисертације, чланства у комисијама за одбрану четири докторске дисертације на Универзитетима у Новом Саду и Крагујевцу и кроз учешће у комисијама за избор наставника и сарадника.

Допринос професора Маринковића академској и широј заједници је свестран и значајан. Нарочито је важно истаћи да је, упркос чињеници да још увек спада у ред младих научника, професор Маринковић изабран у Научни савет Српског удружења за маркетинг, у којем се налази још пет старијих еминентних професора који су у претходним деценијама поставили темеље и допринели развоју Маркетинга као научне дисциплине на Универзитетима у Републици Србији. Осим наведеног, професор Маринковић је био члан уредништва, или рецензент у великом броју домаћих и иностраних часописа, као и члан програмских и организационих одбора домаћих и међународних научних конференција. Проф. др Вељко Маринковић поседује искуство и у изради професионалних експертиза и

стручних студија. Такође, активно учествује у раду органа и тела Факултета. У периоду 2014-2019, проф. др Вељко Маринковић је био директор Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета 2017. и 2019. године.