

OBRAZLOŽITEV KOMISIJE ZA DODELITEV NAGRADE MARKETINŠKI UP 2008

Komisija v sestavi dr. Domen Bajde z Ekonomske fakultete v Ljubljani, dr. Tanja Kamin s Fakultete za družbene vede v Ljubljani, prof. dr. Damijan Mumel z Ekonomsko-poslovne fakultete v Mariboru in mag. Armand Faganel s Fakultete za management v Kopru je podala naslednjo obrazložitev nagrajenih del:

Obrazložitev za dodelitev nagrade Marketinški up 2008 za magistrsko delo z naslovom »Raziskovanje zadovoljstva zaposlenih na osnovi koncepta neizpolnjenih pričakovanj« avtorja Dušana Vrban

Dušan Vrban se je pod mentorstvom dr. Damijana Mumla in somentorstvom prof. dr. Borisa Snoja lotil ene izmed ključnih tem internega marketinga, proučevanja zadovoljstva zaposlenih. V svojem delu avtor sistematično in poglobljeno analizira uporabo različnih instrumentov merjenja zadovoljstva. Prevladujoče razumevanje zadovoljstva dopolni s konceptom zadovoljenosti potreb ter poveže z drugimi ključnimi marketinškimi koncepti. V empiričnem delu je na podlagi testiranja instrumentov merjenja zadovoljstva nazorno prikazana pomembnost vključevanja koncepta izpolnjenih pričakovanj v raziskovanje zadovoljstva. Avtorjeva plastična predstavitev omejitev trenutnih pristopov merjenja zadovoljstva, iznajdljiva teoretska nadgradnja ter njena aplikacija v prakso internega marketinga in marketinga nasploh nedvomno zaslužijo priznanje Marketinški up 2008.

Obrazložitev za dodelitev nagrade Marketinški up 2008 za diplomsko delo z naslovom »Znanja in sposobnosti sodobnega tržnika« avtorice Maja Hosta

Maja Hosta je pod mentorstvom dr. Vesne Žabkar raziskala temo, ki je aktualna tako z menedžerskega kot tudi z izobraževalno-akademskega vidika. Avtorica na podlagi temeljitega pregleda raziskav in literature s področja marketinga in ravnanja s človeškimi viri izpostavi ključna znanja in sposobnosti tržnikov. V empiričnem delu, ki predstavlja prvo poglobljeno tovrstno raziskavo v slovenskem okolju, s pomočjo zahtevnih statističnih metod preveri trenutno stanje v slovenski marketinški praksi. Sistematični oris teoretskega ozadja izbrane teme in nadvse zanimiva raziskava vabi k temeljiti refleksiji vse, ki delujejo na področju marketinga. Avtorica si nagrado Marketinški up 2008 zasluži zaradi njenega pomembnega prispevka k napredku na področju marketinškega izobraževanja in kadrovanja ter prispevka k boljšemu razumevanju marketinških znanj in sposobnosti.