





## Sandra Soče Kraljević



 Zagrebačka 10, 88000 Mostar, Bosna i Hercegovina  
 ++ 387 36 355 115; ++ 387 36 355 100  ++ 387 63 615 722  
 sandra.socekraljevic@ef.sum.ba; [sandra.socekraljevic@yahoo.com](mailto:sandra.socekraljevic@yahoo.com)



Sex Female |  Nationality , Croatian, Bosnian – Herzegovinian

### WORK EXPERIENCE

19 December 1997 – Present Higher education teaching professional  
 University of Mostar, Faculty of Economics, Mostar (Bosnia and Herzegovina)  
 Current position 2010 Ph. D. Associated Professor

### EDUCATION AND TRAINING

<p>Replace with dates (from - to)</p> <p>list of principal subjects covered</p> <p>Level</p>	<p>From 28.October 2010. Associate professor</p> <p>27. October 2004. do 27. October 2010. docent doctor</p> <p>26. March 2004. doctorate in Economics</p> <p>June 1997 to July 2000 Master of Economic Sciences</p> <p>March 1993 to March 1997 Bachelor of Economics</p> <p>September 1989 to July 1993 Secondary School of Economics</p> <p>September 1981 to Juky 1989 Primary school</p> <p>associate Professor</p> <p>Market Research, Customer Relationship Management, Distribution Channels, Corporate Research, Image, Marketing, Retail</p> <p>Faculty of Economics, University of Mostar</p> <p>VIII</p>	<p>Replace with EQF (or other) level if relevant</p>
--	--	--

PERSONAL SKILLS

Mother tongue(s) Croatian

Other language(s)

German language

English language

	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	
German language	B1	C2	A2	A2	C2
Replace with name of language certificate. Enter level if known.					
English language	B2	B2	B2	B2	B2
Replace with name of language certificate. Enter level if known.					

Levels: A1/2: Basic user - B1/2: Independent user - C1/2 Proficient user  
Common European Framework of Reference for Languages

Communication skills Communicative, team spirit, oratorical skills, initiative, socially active

Organisational / managerial skills

- Teamwork, coordination, the ability to notice

Job-related skills

- Lecturing skills – the interactive learning model: teaching several classes in the field of marketing, introduction to Market research, Marketing management, Managing Customer Satisfaction and Distribution Channels.
- Scientific skills: providing the research and conceptual papers, leading and contributing to different kind of project activities.

Computer skills

- good command of Microsoft Office™ tools (Word™, Excel™ i PowerPoint™);
- Basic knowledge of SPSS

Other skills

- Reading, learning, swimming

Driving licence

- YES, B category

ADDITIONAL INFORMATION

Selected References/Bibliography

Book chapters

Group of authors (2007) chapters in: Marketing, Kukić, S. (Red.), University of Mostar, Faculty of Economics, Mostar.  
Soče Kraljević, S., Managing Image of Retail, Faculty of Economics Mostar, Mostar, 2009.  
Soče Kraljević, S., Market research process, Faculty of Economics Mostar, Mostar, 2016.

Projects

Project consultant: "Analysis of Social and health system for old people in Mostar for: NEXUS E.R Italy, NGO „Žene za Evropu“, and Spi-Cgil Veneta, Italy (2009-2010).  
Project associate: "Research of SME/SMI demands for trainings and advices services in Herzegovina Region". Regional Economic Development Agency for Herzegovina (REDAH) (2009-2010).

1. **Soče, S., Utjecaj čimbenika imidža na izbor prodavaonice, Influence of factors is an image of a variety of stores**, magistarski rad, srpanj 2000.
2. **Kesic, T., Soče, S., Image – The Crucial Competitive Factor In Retailing**, Fourth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split – Faculty of Economics, Split – Hvar, May 24 – 26, 2001., UDK 339 (063), ISBN 953 – 6024 – 39 – X, str. 103. – 106. (extended abstract, full text on CD ROM, str. 366. – 375.).
3. **Soče, S., Čimbenici imidža maloprodaje, Factors of retail image**, Sveučilište u Mostaru – Ekonomski fakultet, Zbornik radova X., Mostar, srpanj 2001., str. 77. – 92. (prethodno priopćenje) UDK 06.055.2. Od 14. broja Zbornik radova ima ISSN: 1840 – 3255. i tiskan je u Mostaru 2007.
4. **Soče, S., Utjecaj imidža prodavaonice na odluku o kupnji, Influence of the store's image on the purchase decision**, Sveučilište u Mostaru – Mostariensia – časopis za humanističke znanosti, Br. 15, Mostar, 2001. / 2002., ISSN (1023 – 8638) i novi: 1234 – 5679, str. 59. – 71.
5. **Kraljević, S., Studija podobnosti oblikovanja hotela kao turističkog proizvoda, Study of the suitability of hotel design as a tourist product**, Sveučilište u Mostaru – Ekonomski fakultet, Zbornik radova XI, Mostar, 2002., str. 147. – 163. UDK 33 (06.055.2). Od 14. broja Zbornik radova ima ISSN: 1840 – 3255. i tiskan je u Mostaru 2007.
6. **Mihić, M., Kraljević, S., Promocijske aktivnosti prodavaonice, Promotional activities of the store**, Sveučilište u Mostaru – Mostariensia – časopis za humanističke znanosti, Br. 17, Mostar, 2003., ISSN 1234 – 5679, str. 95. – 107.
7. **Kesic, T., Piri – Rajh, S., Kraljević, S., Country Image and Product Brand Image as a Competitive Marketing Strategy Factors**, Fifth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split – Faculty of Economics, Split – Tučepi, May 22 – 24, 2003., UDK 339 (063), ISBN 953 – 6024 – 49 – 7, str. 339. – 343. (extended abstract, full text on CD ROM, str. 1501. – 1513.).
8. **Soče Kraljević, S., Utjecaj imidža na konkurentnost maloprodaje u Bosni i Hercegovini, Influence of Imagery on Retail Competitiveness in Bosnia and Herzegovina**, doktorska disertacija, ožujak 2004.
9. **Kukić, S., Kraljević, S., Utjecaj direktnog marketinga na odluku o kupnji, The Influence of direct Marketing in making Decision in Buying**, 11 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Opatija, 28. – 30. lipnja, 2004., objavljeno kao pregledni rad u: Znanstveno – stručnom časopisu Informatologia 37 (3.), UDK 007:002:02, Coden: IORME7, ISSN 1330 – 0067, Zagreb, 2004 – 06 – 26, str. 206 – 212.
10. **Kesic, T., Soče Kraljević, S., Vlašić, G., Image as a Competitive Factor of Retailing Industry**, Sixth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split, Faculty of Economics, Split – Bol, May 26 – 28, 2005., UDK 339 (063), ISBN: 953 – 6024 – 70 – 5, str. 83. – 85. (extended abstract, full text on CD ROM, str. 367. – 376.).
11. **Kukić, S., Soče Kraljević, S., Utjecaj imidža prodavaonice na malo na ponašanje potrošača pri donošenju odluke o kupovini, Image influence of supermarkets or conventional stores on consumer behaviour during making the decision on buying**, 12 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2005.
12. **Soče Kraljević, S., Primjena istraživanja tržišta pri segmentaciji kupaca, The usage of market research during the segmentation of buyers**, 13 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2006., objavljeno kao predhodno priopćenje u: Znanstveno – stručnom časopisu Informatologia 39 (3.), UDK 007:002:02, Coden: IORME7, ISSN 1330 – 0067, Zagreb, 2006 – 09 – 25, str. 170. – 176.
13. **Soče Kraljević, S., Research of Buyers Segments in Supermarkets and Conventional Retails**, International Conference ICES 2006, From Transition to Sustainable Development: The Path to European Integration, October 12-13, 2006, Sarajevo, Book of Extended Abstracts + CD, pp. 295 – 297. ISBN 9958-605-89-9; 9958-605-90-2.
14. **Soče Kraljević, S., Istraživanje utjecaja masovnih medija na potrošače, Research of influence of media to consumers**, 14 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Split, 28. – 30. lipnja, 2007., objavljeno kao pregledni rad u: Znanstveno – stručnom časopisu Informatologia 40 (4.), UDK 007:002:02, Coden: IORME7, ISSN 1330 – 0067, Zagreb, 2007 – 12 – 27, str. 301. – 307.
15. **Soče Kraljević, S., Strategija upravljanja imidžom prodavaonice, Store Management Strategy**, Tržište, Časopis za tržišnu teoriju i praksu, Znanstveni polugodišnji časopis, Zagreb, Vol XIX, No. 2., 2007., str. 189 – 199. UDK 339. 12 : 65, ISSN 0353 4790.

- 16. Soče Kraljević, S., Soče, I., Istraživanje uloge i značenja etike u marketinškim odlukama medija, Research the role and significance of ethics in marketing decisions of the media, 15 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 26. – 28. lipnja, 2008.**
- 17. Soče Kraljević, S., Soče, I., Upravljanje imidžom – sustav za menadžment i praćenje imidža, Image management - image management and imaging system, 16 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2009.**
- 18. Soče Kraljević, S., Soče, I., Značaj marketinškog komuniciranja u formiranju imidža, Significance of marketing communication in image formation, 16 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2009.**
- 19. Soče Kraljević, S., Soče, I., Istraživanje uloge i značenja etike u marketinškim odlukama medija, Research of role and meaning of ethics in marketing decisioning of media, objavljeno kao stručni rad u: Znanstveno – stručnom časopisu Informatologia 43 (2.), UDK 007:002:02, Coden: IORME7, ISSN 1330 – 0067, Zagreb, 2010 – 06 – 02, str. 150. – 156.**
- 20. Soče Kraljević, S., Brekalo, M., Istraživanje psiholoških čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača, Significance of marketing communication in image formation, Međunarodna konferencija o ekonomskim i društvenim studijama 2014 (International Conference on Economic and Social Studies), International Burch University, Sarajevo, 24. i 25. 04. 2014., ISSN: 2303 – 4564., str. 193.**
- 21. Soče Kraljević, S., Šaravanja, R., Istraživanje utjecaja prodajnog osoblja / usluge na zadovoljstvo korisnika na donošenje odluke o kupnji, Investigating the impact of sales staff / services on customer satisfaction on making a purchase decision, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2015. Pregledni rad.**
- 22. Soče Kraljević, S., Krstanović, Z., Mabić, M., Impact of public relations on the process of purchase decision, [Media, culture and public relations, Vol. 7., No. 1.](#), Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, ISSN: 1333 – 6371., UDK: 007:002:02., [ožujak 2016.](#), str. 79 – 90. Pregledni rad.**
- 23. Soče Kraljević, S., Pavičić, S., Imidž kao konkurentna prednost na primjeru namještaja Pavičić, Imagery as a competitive advantage in furniture example Pavičić, Mostariensia, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2016. Stručni rad.**

#### Conferences

- 1. Kesic, T., Soče, S., Image – The Crucial Competitive Factor In Retailing, Fourth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split – Faculty of Economics, Split – Hvar, May 24 – 26, 2001.**
- 2. Kesić, T., Piri – Rajh, S., Kraljević, S., Country Image and Product Brand Image as a Competitive Marketing Strategy Factors, Fifth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split – Faculty of Economics, Split – Tučepi, May 22 – 24, 2003.**
- 3. Kukić, S., Kraljević, S., Utjecaj direktnog marketinga na odluku o kupnji, The Influence of direct Marketing in making Decision in Buying, 11 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Opatija, 28. – 30. lipnja, 2004.**
- 4. Kesić, T., Soče Kraljević, S., Vlašić, G., Image as a Competitive Factor of Retailing Industry, Sixth International Conference on Enterprise in Transition, University of Split – Faculty of Economics, Split – Brač, May 26 – 28, 2005.**
- 5. Kukić, S., Soče Kraljević, S., Utjecaj imidža prodavaonice na malo na ponašanje potrošača pri donošenju odluke o kupovini, Image influence of supermarkets or conventional stores on consumer behaviour during making the decision on buying, 12 Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2005.**

- 6. Soče Kraljević, S., Primjena istraživanja tržišta pri segmentaciji kupaca, The usage of market research during the segmentation of buyers, 13** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2006.
- 7. Soče Kraljević, S., Research of Buyers Segments in Supermarkets and Conventional Retails, International Conference ICES 2006, From Transition to Sustainable Development: The Path to European Integration, October 12-13, 2006, Sarajevo.**
- 8. Soče Kraljević, S., Istraživanje utjecaja masovnih medija na potrošače, Research of influence of media to consumers, 14** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Split, 28. – 30. lipnja, 2007.
- 9. Soče Kraljević, S., Soče, I., Istraživanje uloge i značenja etike u marketinškim odlukama medija, Research the role and significance of ethics in marketing decisions of the media, Research of role and meaning of ethics in marketing decisioning of media, 15** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 26. – 28. lipnja, 2008.
- 10. Soče Kraljević, S., Soče, I., Upravljanje imidžom – sustav za menadžment i praćenje imidža, Image management - image management and imaging system, 16** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2009.
- 11. Soče Kraljević, S., Soče, I., Značaj marketinškog komuniciranja u formiranju imidža, Significance of marketing communication in image formation, 16** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan, Zadar, 28. – 30. lipnja, 2009.
- 12. Soče Kraljević, S., Brekalo, M., Istraživanje psiholoških čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača, Significance of marketing communication in image formation, Međunarodna konferencija o ekonomskim i društvenim studijama 2014 (International Conference on Economic and Social Studies), International Burch University, Sarajevo, 24. i 25. 04. 2014., ISSN: 2303 – 4564., str. 193.**
- 13. Soče Kraljević, S., Krstanović, Z., Mabić, M., Utjecaj odnosa s javnošću na proces donošenja odluke o kupnji, Impact of public relations on the process of purchase decision, 21** Međunarodni znanstveni skup – Društvo i tehnologija, Građevinski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Hrvatsko komunikološko društvo i Društvo prijatelja Hrvatska – Japan Rijeka, Opatija, 28. – 30. lipnja, 2014.

---

**ANNEXES**

Report on the election of Associate Professor