

## Vabilo k oddaji prispevkov za 16. Akademijo MM

Ena izmed večjih ironij življenja je, da nas občutek, da živimo v edinstvenem obdobju, ki je še posebej prelomno, tako rekoč izredno, spremlja kar skozi vse življenje. Takšen 'diktat izrednega trenutka' je zanimiv pojav, ki pomembno določa naše poteze in razmišljanja. Izredne razmere je pač treba nekako prebroditi. V prelomnih trenutkih namreč enostavno ni časa za 'kompliciranje', dialog in iskrene namene.

Bolj verjetno je, da živimo v obdobju, ki ni bistveno bolj zahtevno, kot so bila vsa tista poprej in tista, ki še prihajajo. **Občutek izrednosti je slab izgovor za plačevanje cene navidezno 'nujnega' z dejansko 'pomembnim'**. Potrebujemo dejanja, ki niso zgolj odziv na 'prelomne čase', ampak so prelomna sama po sebi. S tem nimamo v mislih samo trenutno priljubljenih, družbeno odgovornih tematik, ki naj bi že v svojem naslovu nosile nek neizpodbiten vredno(s)tni pečat. Niti ne ciljamo zgolj na neke neskončno pomembne, vesoljno-prelomne poteze. Zadoščajo majhni *prispevki*, ki pa imajo iskren pomen za avtorja in spodbujajo konstruktiven dialog in premike v njegovem okolju.

16. izdaja Akademije MM ne želi izpostaviti posamezne trženjske tematike niti ne bo posvečena duhu trenutno 'prelomnega časa'. **Njen namen je slovenski trženjski prostor obogatiti z inovativnimi znanstveno-raziskovalnimi prispevki, ki 'naredijo razliko'. Njeno vodilo bo tematska in metodološka odprtost, ki pušča svobodo pri 'ustvarjanju s pomenom'**. Tržniki smo predvsem vodniki pri iskanju in ustvarjanju pomena. Vodniki za porabnike, za podjetja in, v prvi vrsti, zase.

V tem duhu vas vabimo k oddaji znanstvenih in strokovnih prispevkov za 16. številko Akademije MM, ki bo izšla konec novembra 2010. Prispevke, urejene strogo po določilih Akademije MM, v slovenskem ali angleškem jeziku, prosim oddajte **najpozneje do 6. septembra 2010** na elektronski naslov: [domen.bajde@ef.uni-lj.si](mailto:domen.bajde@ef.uni-lj.si).

S pomena polnimi pozdravi,

*dr. Domen Bajde, gostujoči urednik Akademije MM, Katedra za trženje, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani*

## Navodila avtorjem:

**Obseg prispevkov:** od 4.000 do 8.000 besed (vključno s povzetkom, ključnimi besedami, literaturo, tabelami in grafi).

**Jezik:** Prispevki so lahko napisani v slovenskem ali angleškem jeziku. Za članke, napisane v slovenskem jeziku, je treba poleg slovenskega povzetka in ključnih besed v slovenščini pripraviti tudi naslov, povzetek in ključne besede v angleškem jeziku. Angleški članki morajo vsebovati razširjeni povzetek, ki bo v primeru objave preveden v slovenski jezik. V obeh primerih se od avtorjev zahteva ustrezna jezikovna raven. V slovenskih člankih je zaželena raba ustreznega slovenskega strokovnega izrazja.

**Poslana datoteka naj bo pod zadevo:** "Akademija MM\_Ime in priimek korespondenčnega avtorja" **naslovljena v elektronski obliki (word) na:** [domen.bajde@ef.uni-lj.si](mailto:domen.bajde@ef.uni-lj.si). **najpozneje do 6. septembra 2010!**

**Oblika članka:** Poslani prispevki morajo biti ustrezno oblikovno urejeni. Besedilo naj bo oblikovano na papirju formata A4, pisava naj bo times new roman velikosti 12, vsi robovi naj bodo široki 2,5 cm, razmak med vrsticami pa 1,5. Tabele in grafi naj se nahajajo med tekstom.

Prva stran naj vključuje naslov članka ter ime in priimek, naziv, institucijo in elektronski naslov avtorja oz. avtorjev. Druga stran naj vključuje naslov, povzetek (od 150 do 200 besed) in ključne besede (4–6) v slovenskem jeziku. V nadaljevanju naj bodo naslov, povzetek in ključne besede predstavljene tudi v angleškem jeziku.

Tretja stran vključuje naslov in besedilo članka. Naslovi poglavij in podpoglavij naj bodo ustrezno oštevilčeni (1., 2., 2.1 itn.). Seznam literature naj bo na koncu članka.

**Navajanje literature med tekstom in na koncu prispevka:** Med tekstom se navede priimek avtorja oz. avtorjev, letnica izida dela in po potrebi številka strani, npr. (Gartner, 1993) oz. (Gartner, 1993: 15-17). Vsaki bibliografski navedbi med tekstom naj ustreza navedba dela v seznamu literature na koncu prispevka. V seznamu literature naj ne bodo navedena dela, na katere se avtor v besedilu ne sklicuje.

Bibliografske enote na koncu prispevka naj bodo navedene v skladu s standardi APA. V seznamu literature se bibliografski opisi navajajo po abecednem redu (prvih) avtorjev, literatura istega avtorja pa po kronološkem zaporedju. V nadaljevanju so podani osnovni primeri navajanja v skladu s standardi APA:

**Članki v revijah:** Gartner, W.C., & Bachri, T. (1994). Tour operators' role in the tourism distribution system: An Indonesian case study. *Journal of International Consumer Marketing*, 6, 161–179.

**Knjiga:** Aaker, D., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. New York: The Free Press.

**Poglavje v knjigi:** Gartner, W.C. (1993). Image formation process. In M. Uysal, & D.R. Fesenmaier (Eds.), *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing* (pp. 191–215). New York: The Haworth Press.

**Recenzijski postopek:** Poslani prispevki bodo najprej pregledani s strani uredništva ter v nadaljevanju s strani domačega oz. tujega neodvisnega recenzenta. Recenzija bo narejena po načelu slepe recenzije. Avtorji bodo o povratnih informacijah recenzijskega postopka obveščeni konec marca 2010 ter po potrebi pozvani k ustreznim prilagoditvam oz. nadgradnjam prispevkov.