

ИЗБОРНОМ ВЕЋУ ФАКУЛТЕТА ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА ДЕКАНУ ФАКУЛТЕТА ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука 05-02 бр. 4/30/1 од 30.4.2015. именовани смо за чланове Комисије за припрему извештаја о пријављеним кандидатима по конкурс за избор једног наставника у звање ванредног професора на одређено време са пуним радним временом, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, у следећем саставу:

1. др Винка Филиповић, редовни професор, Факултет организационих наука, председник,
2. др Велимир Штављанин, ванредни професор, Факултет организационих наука, члан,
3. др Мирјана Глигоријевић, редовни професор, Економски факултет, члан.

Конкурс за избор једног наставника у звање ванредног професора за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације објављен је у листу Националне службе за запошљавање "Послови", број 621 од 13. маја 2015. године, са роком трајања од 15 дана.

У предвиђеном року пријавила су се два кандидата:

- др Славица Цицварић Костић, доцент Факултета организационих наука,
- др Срећко Новаковић, генерални директор компаније Солид, Суботица.

На основу увида у достављени конкурсни материјал, Комисија упућује Декану и Изборном већу Факултета следећи

ИЗВЕШТАЈ

І ПОДАЦИ О КАНДИДАТИМА

І 1. Кандидат – др Славица Цицварић Костић

І 1.1. Основни биографски подаци

Славица Цицварић Костић рођена је 17. априла 1977. године у Београду, где је завршила основну школу и гимназију. На Факултету организационих наука дипломирала је 2000. године, као један од најбољих дипломираних студената генерације 1996/1997 (просечна оцена 9,45). Била је добитник стипендије Владе Краљевине Норвешке у оквиру програма „За генерацију која обећава”. Образовање је наставила 2000. године на последипломским

студијама Факултета организационих наука на смеру за менаџмент, где је магистрирала и докторирала. Магистарску тезу под називом „Интеграција активности маркетинга и односа с јавношћу у процесу развоја брэнда“ одбранила је 2005. године. Докторску тезу под називом „Стратешка улога маркетинга и односа с јавношћу у унапређењу управе и развоју електронских услуга“ одбранила је на Факултету организационих наука 2010. године и тиме је стекла академско звање и научни степен доктора техничких наука у области организационих наука.

I 1.2. Подаци о радном искуству и претходно стеченим звањима

Од 2001. године запослена је на Факултету организационих наука Универзитета у Београду. Прво је радила као стручни сарадник у Центру за менаџмент, потом од 1. децембра 2002. радила је у звању асистента приправника, од 2005. године радила је у звању асистента, а од 2011. ради у звању доцента за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Ангажована је на обавезним и изборним предметима из уже научне области на основним академским студијама: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг, Односи с медијима, Међународни маркетинг и др. Како се обавезни предмети Маркетинг, Односи с јавношћу и Стратешки маркетинг изводе и на енглеском језику, предаје и групама које наставу слушају на енглеском језику. На мастер академским студијама учествује у извођењу наставе на следећим предметима: Бренд менаџмент, Маркетинг менаџмент - холистички приступ, Маркетинг у јавном сектору, Медијске комуникације, Међународни маркетинг и европско пословање, Менаџмент и организација у јавном сектору, Односи с јавношћу – стратегије и тактике, Релациони маркетинг, Предузетнички маркетинг, Стратешке комуникације, Стратешки маркетинг и комуникације, Управљање репутацијом и друштвена одговорност, Управљање услугама и релациони маркетинг. На специјалистичким академским студијама ангажована је на предметима: Медијске комуникације, Стратешке комуникације и Стратешки маркетинг – одабрана поглавља. На мастер академским мултидисциплинарним студијама Универзитета у Београду Менаџмент пословних перформанси изводи наставу на предметима Вештина комуникације и Маркетинг менаџмент.

На међународним мастер академским студијама *International Business and Management* које Факултет организационих наука изводи заједно са Middlesex University из Велике Британије ангажована је на предмету *International Marketing Management and Public Relations*. На међународним мастер студијама Менаџмент у управи (*Joint Master Programme: Management in Administration*) које Факултет организационих наука изводи у сарадњи са Факултетом за управу Универзитета у Љубљани изводи наставу на предмету Односи с јавношћу.

На докторским студијама учествује у извођењу наставе на предметима Маркетинг и управљање односима с купцима и Маркетинг и односи с јавношћу – стратешки приступ.

Ангажована је на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Македонија, на магистарским студијама Управљање стратегијским комуникацијама, као наставник на предмету Бренд и креативна стратегија (2014-). Као предавач гостовала је на *ISM*

University of Economics and Management, Литванија, на мастер студијама, на предмету Међународни маркетинг менаџмент (2013), као и на Факултету за економију и менаџмент у Нитри, Словачка, на предмету Међународни маркетинг (2006). Одржала је (2014) предавање по позиву, тема „Развој маркетинга: да ли је дошло време за промене?“ на округлом столу који је одржан на Економском факултету Универзитета у Нишу, у организацији Српског удружења за маркетинг.

Предавач је на семинарима и тренинзима у области маркетинга, односа с јавношћу и пословне комуникације за компаније, институције јавне управе, као и невладине организације (неки од клијената: Министарство унутрашњих послова Републике Србије, Информативни центар Народне скупштине Србије, УСАИД, ОЕБС, Европска агенција за реконструкцију, *Banca Intesa*, Бањалучки велесајам, ЈП Електропривреда Србије, Делта холдинг, МОБТЕЛ, Рингиер, Здравље Актавис, *Porche Leasing*, Клиника Ристић, Галеника и др). Била је предавач на програму преквалификације вишка војног кадра PRISMA - *Program for Resettlement in Serbia and Montenegro Army* под покровитељством Министарства одбране Уједињеног Краљевства Велике Британије и Северне Ирске. Учествовала је и у реализацији наставе на предмету Маркетинг на Војној академији.

У периоду од 2007. до 2008. године стекла је практично искуство радећи у корпоративном сектору. Прво је радила у београдској канцеларији аустријске консултантске куће *Hauska&Partner International Communications*, на позицији Директора за развој пословања. Као Виши консултант водила је домаће и интернационалне клијенте и пружала консултантске услуге у областима управљања односима са стејхолдерима, стратешким комуникацијама, кризним комуникацијама, односима с медијима и управљања репутацијом (клијенти: Балкански фонд за локалне иницијативе, *Procter & Gamble*, *Merck*, Црногорска комерцијална банка - члан ОТП групе, МПЦ холдинг). За то време била је и коаутор билтена односа с јавношћу, двомесечне публикације намењене стручној јавности.

После је ангажовање наставила у *MPC Properties*-у, компанији у области инвестиција на тржишту некретнина у Југоисточној Европи, у сектору Маркетинг и односи с јавношћу, на позицији Менаџера односа с јавношћу. Први ангажман је био везан за потписивање уговора о стратешко-пословном партнерству са *Merrill Lynch*-ом, једном од највећих инвестиционих банака у свету са седиштем у Њујорку. Пошто је ово прво улагање *Merrill Lynch*-а у сектор некретнина на тржишту бивше Југославије, водила је кампању информисања јавности у Србији и региону. Учествовала је у кампањама маркетинга и односа с јавношћу, како на корпоративном нивоу тако и на нивоу појединачних пројеката компаније - учешће у изради, спровођењу и евалуацији планова маркетинга и односа с јавношћу; односи с медијима; активности унапређења корпоративног идентитета и имица; организација догађаја; организација спонзорстава; израда информативног и промотивног материјала; спровођење активности друштвено одговорног пословања; кампање маркетиншких комуникација.

Учествовала је на више програма стручне едукације и усавршавања. Завршила је програм унапређења академских вештина асистената и наставне методологије „*Academic Skills Advancement*“, 2004. године. Похађала је већи број домаћих и међународних стручних семинара и тренинга из области маркетинга и односа с јавношћу (Маркетинг алати и технике“, МПЦ Холдинг, Србија, 2008; „*Business Protocol and Professional Image*“, Статус,

Словенија, 2008; "Project Management", *Next Level Consulting*, Аустрија, 2007; "Brand Management and Marketing Communications" *The William Davidson Institute at the University of Michigan and Zagreb School of Economics and Management*, 2006; *Marketing Business School* - ПР специјализација "Јавни наступ - медији и презентација", 2006; *Integrated Marketing Communications Consulting Agency* "Advertising, Sales Promotion and Public Relations" и "Brand Management", курс одржао *Heinz G. Zenk*, директор Маркетиншких комуникација *Nestlé Deutschland AG*, Факултет организационих наука Универзитета у Београду, 2005). Од 2013. године, након обуке за тренере и испитиваче за програме који се реализују под покровитељством *Chartered Management Institute (CMI)* из Велике Британије, стекла је звање сертификованог тренера за програме CMI, нивоа 5/7.

Области њеног научно-истраживачког рада и интересовања су: маркетинг, односи с јавношћу и пословна комуникација. Објавила је самостално и у сарадњи са другим ауторима већи број научних и стручних радова на домаћим и међународним симпозијумима и у часописима. Учествовала је у изради више књига и монографија од међународног и националног значаја. Победник је XXIV и XXX конкурса "Задужбине Андрејевић" за објављивање радова у библиотекама *Academia* и *Dissertatio*. Монографије које је објавила користе се у настави на мастер студијама на Факултету организационих наука. Списак објављених радова налази се у другом делу Извештаја.

Члан је уређивачког одбора међународног часописа из области маркетинга *International Journal of Marketing Principles and Practices*. Била је рецензент неколико књига као и научних и стручних радова који су објављивани у монографијама, часописима и зборницима радова у земљи и иностранству.

Била је укључена у израду већег броја научно-истраживачких пројеката, као и других пројеката из области односа с јавношћу и маркетинга. Учествовала је (2014) у успостављању Бугарско-српске привредне коморе, пројекат финансиран од стране Европске уније *IPA Cross-border Programme*, као и у пројекту унапређења капацитета за пословно планирање и тренинг тренера за заштићена подручја РС, пројекат финансиран од стране *United Nations Development Programme*. Учествовала је (2013) у пројекту Презентације савременог концепта управљања људским ресурсима у Министарству унутрашњих послова Републике Србије (пројекат Шведске међународне агенције за развој и сарадњу). Била је (2013) члан тима у пројекту тренинга за менаџере који раде у државним институцијама Републике Србије у оквиру пројекта за боље услове пословања у Србији (БЕП) који финансира Америчка агенција за међународни развој (УСАИД). Учествовала је (2010-2012) у ТЕМПУС пројекту *CONCUR*, у оквиру кога су креирани курсеви за преквалификацију дипломираних студената у Србији. Била је (2007) члан међународног стручног одбора у пројекту партнерства научно-истраживачких институција земаља Источне и Јужне Европе. Била је (2005) члан комисије за односе с јавношћу Универзитета у Београду и комисије за односе с јавношћу Српске академије наука и уметности. Учествовала је у изради и спровођењу Програма односа с јавношћу Факултета организационих наука, који је 2005. године добио награду „Признање“ Друштва Србије за односе с јавношћу за најбољи институционални програм односа с јавношћу. Учествовала је (2008) у пројекту увођења стандарда квалитета ИСО 9001 на Факултету организационих наука, у пројекту израде новог визуелног идентитета Факултета организационих наука, као и изради етичког кодекса Факултета

организационих наука и правила пословног понашања, комуникације и облачења (2009-2010). Била је члан организационог одбора VIII, IX, XI, XII, XIII и XIV међународног симпозијума *SymOrg*, сајамског наступа Факултета (2004-2005), као и организационих одбора за прославу Дана Факултета и других догађаја у организацији Факултета. Учествовала је (2002) у организацији мастер програма из области индустријског инжењерства у сарадњи са француском школом *École Centrale Paris*. Учествовала је у изради неколико бизнис планова. Била је консултант компаније МПЦ Холдинг Иксел (2008) за израду стратегије односа с јавношћу за модне брендове.

Члан је Друштва Србије за односе с јавношћу, а од 2012. је и члан Савета Друштва. Од 2012. године члан је стручног жирија за доделу годишњих ПРизнања Друштва Србије за односе с јавношћу, а 2014. године и члан стручног жирија за доделу признања Удружења за тржишне комуникације Србије (УЕПС). Члан је Српског удружења за маркетинг СЕМА, Европске маркетинг академије (*EMAC-European Marketing Academy*), као и Међународног стручног одбора маркетинг професионалаца (*International Advisory Council of Marketing Practitioners*).

Тренутно је ментор на једном докторском раду, а била је ментор у изради једне магистарске тезе, ментор на 53 завршна мастер рада и ментор на 18 завршних радова на основним академским студијама. Била је члан више од 80 комисија за одбрану завршних радова на основним, дипломским и специјалистичким академским студијама. Учествовала је као члан две комисије у оцени подобности кандидата, теме и ментора за израду докторске дисертације на Универзитету у Новом Саду, Факултет техничких наука.

У студентским анкетама за вредновање педагошког рада наставника и сарадника увек је високо рангирана (резултати анкете су доступни код Продекана за наставу на Факултету организационих наука). Према последње расположивим подацима, у зимском семестру школске 2014/2015, на обавезном предмету Маркетинг, остварила је просечну оцену 5,0 (на скали од 1 до 5), а на предмету Односи с јавношћу, на настави на енглеском језику, просечну оцену 4,69. У летњем семестру 2013/2014 на изборном предмету Односи са медијима остварила је просечну оцену 4,95. На међународним мастер академским студијама *International Business and Management*, на предмету *International Marketing Management and Public Relations* у току школске 2013/2014 остварила је просечну оцену 4,82. Учествовала је у припремама студената за такмичења у решавању студија случаја.

I 2. Кандидат – др Срећко Новаковић

I 2.1. Основни биографски подаци

Срећко Новаковић рођен је 21. октобра 1959. године у Врањаку, општина Модрича, Република Српска, БиХ, где завршава основну школу. Средњу школу завршио је у Оџаку. Дипломирао је 1984. године на Економском факултету у Суботици, Универзитет у Новом Саду (просечна оцена 8,06), на усмерењу за пољопривреду и прехранбену индустрију (оцена завршног дипломског испита 9). Магистарску тезу “Менаџмент природним ресурсима са посебним освртом на минералне воде” одбранио је 2007. године, на Економском факултету у Суботици, Универзитет у Новом Саду. Докторску дисертацију

“Управљање организационом трансформацијом предузећа у процесу транзиције”, из уже научне области Менаџмента, одбранио је на Факултету за менаџмент, Универзитет Браћа Карић у Београду, 2009. године.

I 2.2. Подаци о радном искуству и претходно стеченим звањима

У својој досадашњој радној каријери налазио се на радним местима менаџера свих нивоа, у различитим гранама привреде, државне управе, здравства и високог образовања - пореској управи, здравственој установи, аутотранспортном предузећу, пољопривредно - прехрамбеном комбинату, млекари, маркетинг агенцији, предузећу за прераду коже, текстила и перја и трговином на велико и мало, високошколским установама и фабрици обуће, где и данас ради на радном месту Председника компаније.

Радну каријеру започео је 1984. године у Пореској управи, на радном месту Финансијског инспектора у Модричи, Република Српска. Један период радио је у аутотранспортном предузећу Мостонга у Оџацима, на радном месту Руководиоца плана и анализе. У периоду од 1990. до 1995. године био је Руководилац профитног центра Југокожа, касније Кожатекс у Суботици, који се бавио делатношћу трговине на велико и мало. Од 1996. године до данас је генерални директор (председник) компаније Солид у Суботици.

Завршио је семинар за едукацију здравственог менаџмента (*Management of Health Resources in the Economic Crisis Conditions*) у Београду 2009. године.

Члан је удружења за кожу, текстил и обућу у Регионалној привредној комори у Суботици, Покрајинској привредној комори у Новом Саду и Републичкој привредној комори у Београду.

У два мандата је био председник Секције Републике Србије за сарадњу са Италијом у Републичкој привредној комори у Београду.

Учествовао је у раду научних конференција (у Србији, Црној Гори и Републици Српској). Објавио је велики број научних и стручних радова националног и интернационалног карактера. Аутор је 4 уџбеника, 2 монографије и скрипти. Списак објављених радова дат је у наставку извештаја. Био је ментор 175 дипломских радова, 10 магистарских теза - мастер и 5 докторских дисертација, а члан комисије 141 дипломског рада, 3 магистарске тезе и 3 докторске тезе.

До сада је биран у звања: предавача високе школе, професора високе школе и доцента високе школе, потом доцента за ужу научну област Економија на Универзитету Сингидунум, Београд (2012. године). У Републици Српској, на Универзитету за пословни инжењеринг и менаџмент Бања Лука, 2014. године изабран је у звање ванредног професора за ужу научну област Менаџмент и ужу научну област Маркетинг.

Према достављеној документацији, ради као предавач на високим школама, факултетима и универзитетима на основним, мастер и докторским студијама, на предметима из ужих

научних области Теоријска економија, Друштвене науке - Економија и пословање, Финансије, Рачуноводство и ревизија, Економија, Менаџмент и Маркетинг.

II НАУЧНИ, СТРУЧНИ И ДРУГИ РАДОВИ КАНДИДАТА

II 1 Кандидат – др Славица Цицварић Костић

II 1.1. Завршни радови

II.1.1.1. „Стратешка улога маркетинга и односа с јавношћу у унапређењу управе и развоју електронских услуга“, докторска дисертација, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2010.

II 1.1.2. „Интеграција активности маркетинга и односа с јавношћу у процесу развоја брэнда“, магистарска теза, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2005.

II 1.2. Научне публикације

II 1.2.1. Монографије, монографске студије, тематски зборници, лексикографске и картографске публикације међународног значаја (M10)

Пре избора у звање доцента:

II 1.2.1.1. Цицварић, С., Дракулић, М., Девјак, С., Филиповић, В., Жаркић Јоксимовић, Н., Дамњановић, В., Дракулић, Р., Никодијевић, А., " Public Administration Relations with Media: The Case of Serbia ", поглавље у монографији: " Contemporary Issues in Public Policy and Administrative Organization in South East Europe ", (Eds) М. Винтар, П. Певцин, Универзитет у Љубљани, Факултет за управу, 2009, 313-334, ISBN 978-961-262-017-2 **(M14)**

После избора у звање доцента:

II 1.2.1.2. Цицварић Костић, С., Филиповић, В., Вукмировић, Ј. (2014). Marketing Orientation and Business Performance of Public Administration, поглавље у монографији: "Innovative Management and Firm Performance – an Interdisciplinary Approach", (Eds) М. Леви Јакшић, С. Барјактаровић Ракочевић, М. Мартић, Palgrave MacMillan, 187-199, ISBN: 978-1-137-40220-2 **(M14)**

II 1.2.2. Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)

Пре избора у звање доцента:

- II 1.2.2.1. Филиповић, В., Цицварић, С., Штављанин, В., Дамњановић, В., Радојичић, З., Жаркић Јоксимовић, Н., Гогић, А. (2010). Influence of healthcare institution managers' proactive approach to communication activities on patient satisfaction, Војносанитетски преглед, 67 (4), 267-271, ISSN 0042-8450, IF(2012):0.21, SCIE **(M23)**

После избора у звање доцента:

- II 1.2.2.2. Цицварић Костић, С., Окановић, М., Милосављевић, М., Вукмировић Ј. (2013). Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia, TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences, 40E, 22-34, ISSN 1842-2845, IF(2012)=0.38, SSCI **(M23)**
- II 1.2.2.3. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. (2013). Drivers of unpleasant experiences in virtual social network context, TTEM - Technics Technologies Education Management, 8(4) 11/12, 1804-1809, ISSN: 1840-1503, IF(2012): 0.414, SCIE **(M23)**¹
- II 1.2.2.4. Дамњановић, В., Филиповић, В., Цицварић Костић, С., Новчић, Б., Јаничић, Р. (2011). Managers' Orientation of Health Care Organization – Comparasion Study of Serbia, Macedonia and Slovenia, HealthMed, 5(6) , Suppl. 1: 2206-2213, IF(2011): 0.435, SCIE **(M23)**

II 1.2.3. Зборници међународних научних скупова (M30)

Саопштења са међународних скупова штампана у целини (M33)

Пре избора у звање доцента:

- II 1.2.3.1. Дамњановић, В., Цицварић, С., Окановић, М., Новчић, Б., „Teaching using the case study method: challenges for teachers and students”, Proceedings of the First International Scientific Conference - Gifted and Talented Creators of the Progress, 16-17. октобар 2009, Охрид, Македонија, 146-153, COBISS.MK-ID: 18467649 **(M33)**
- II 1.2.3.2. Цицварић, С., Филиповић, В., Дракулић, М., „Media Relations of Public Administration“, Proceedings of the 3rd International Symposium on the Development of Public Administration in Southeast Europe, 18-19. јун 2009, Љубљана, Словенија (ЦД издање), ISBN: 978-961-262-018-9 **(M33)**
- II 1.2.3.3. Цицварић, С., Дракулић, М., Девјак, С., Филиповић, В., Жаркић Јоксимовић, Н., Дамјановић, В., Дракулић, Р., Никодијевић, А., “Media Perception on Public Relations Activities of Public Administration“, Proceedings of the 2nd International Symposium on the Development of Public Administration in Southeast Europe, 19-20. јун 2008, Љубљана, Словенија, (ЦД издање), ISBN: 978-961-262-004-2 **(M33)**

¹ На основу Прилога 2 Правилника о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача, који је донео Национални савет за научни и технолошки развој 21. марта 2008. године, бирана је најповољнија класификација за кандидата. Наведени часопис нема импакт фактор у 2013. години, али је узето у обзир да је годину пре публикавања рада имао импакт фактор, те је сврстан у категорију М23. Према Правилнику, уколико постоји дилема који коефицијент М одговара датом часопису, бира се најповољнија класификација из периода од три године (година пре, година публикавања и година после публикавања или две године пре публикавања и година публикавања).

- II 1.2.3.4. Чуданов, М., Властелица, Т., Цицварић, С., "Economic Capacity Building in the Southern Serbia as a Pre-dominant Step for European Integration", Proceeding of the International workshop „The Path of Internationalisation and Integration in the Europe of Regions“, 25–28. април 2007, Цуртеа де Аргес, Румунија, (ЦД издање), ISBN 978-80-8069-854-6 **(М33)**
- II 1.2.3.5. Цицварић, С., Филиповић, В., „Local Responsivness vs. Global Integration of Communication Strategy“, Proceedings of the 10th Conference of Public Relations Society of Slovenia “Еволуција комуницирања – од посредовања до повезивања”, 19-21. октобар 2006, Терме Олимиа, Словенија **(М33)**
- II 1.2.3.6. Филиповић, В., Дамњановић, В., Штављанин, В., Цицварић, С., Властелица, Т., „Marketing Reasearch of Consumer Satisfaction in High Education Organisation in Serbia“, Proceedings of 9th Toulon-Verona Conference „Exellence in Services“, University of Praisley, 7-8. септембар 2006, Шкотска, 251-260, IBAN: 1-903978-33-5 **(М33)**
- II 1.2.3.7. Цицварић, С., „Corporate Brand as a Challenge for Reaching Competitiveness“, International Scientific Days “Competitvness in the EU – Challenge for the V4 Countries”, 17-18. мај 2006, Нитра, Словачка, (ЦД издање), 431-437, ISBN 80-8069-704-3 **(М33)**
- II 1.2.3.8. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С., Властелица, Т., „Introducing Communication Department in Local Government“, 8th “Toulon – Verona” Conference, 8-9. септембар 2005, Палермо, Италија, 233-236. **(М33)**
- II 1.2.3.9. Властелица, Т., Цицварић, С., Костић, М., „The "pro model" for Evaluation of Public Relations Effectivness - Case of the Faculty of Organizational Sciences“, XII International Scientific Conference BledCom “Public Relations Measurement and Evaluation”, 1-3. јул 2005, Блед, Словенија **(М33)**
- II 1.2.3.10. Костић, М., Властелица, Т., Филиповић, В., Цицварић, С., „Public Relations for Higher Educational Institutions“, 7th “Toulon – Verona” Conference, 2-3. септембар 2004, Тулон, Француска, 279-285. **(М33)**
- II 1.2.3.11. Костић, М., Барјактаровић Ракочевић, С., Цицварић, С., „Improvement of Competencies of Managers in Educational Institution – Case of Serbia“, 7th “Toulon – Verona” Conference, 2-3 септембар 2004, Тулон, Француска, 357-361. **(М33)**
- II 1.2.3.12. Барјактаровић Ракочевић, С., Цицварић, С., „New Education Needs of Managers in the 21st Century“, International Scientific Days 2004 „European Integration – Challenge for Slovakia“, 20-21 мај 2004, Нитра, Словачка, ISBN: 80-8096-356-0 **(М33)**
- II 1.2.3.13. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С., „The Role of Customer Relationship in Establishing of Brand Equity“, The 23rd Scientific Conference on Development of Organizational Sciences „Management, Knowledge and EU“, 24-26. март 2004, Порторож, Словенија **(М33)**
- II 1.2.3.14. Филиповић, В., Барјактаровић, С., Цицварић, С., „Management in Health Care Organizations in Terms of Changes“, 6th Toulon - Verona Conference, 11-12. септембар 2003, Овиједо, Шпанија, 321-326. **(М33)**
- II 1.2.3.15. Цицварић, С., „The concept of brand equity“, The 22nd Scientific Conference on Development of Organisational Sciences „Management and Organisational Development“, 26-28. март 2003, Порторож, Словенија **(М33)**
- II 1.2.3.16. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С., „The position of marketing, public relations and business communication in Serbian business systems“, The 22nd

Scientific Conference on Development of Organisational Sciences „Management and Organisational Development“, 26-28. март 2003, Порторож, Словенија **(М33)**

- II 1.2.3.17. Костић, М., Филиповић, В., Цицварић, С., „The needs for adoption of relationship marketing concept“, The 21st Scientific Conference on Development of Organizational Sciences „Management and European Union“, 27-29. март 2002, Порторож, Словенија, ISBN: 961-232-134-5 **(М33)**
- II 1.2.3.18. Филиповић, В., Милићевић, В., Костић, М., Цицварић, С., „The role of marketing in redefining of program orientation and production program of an enterprise“, The 21st Scientific Conference on Development of Organizational Sciences „Management and European Union“, 27-29. март 2002, Порторож, Словенија, ISBN: 961-232-134-5 **(М33)**

После избора у звање доцента:

- II 1.2.3.19. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е., „Application of Crowdsourcing in Marketing“, XIV International Symposium Symorg 2014 “New Business Models and Sustainable Competitiveness”, 6-10. јун 2014, Златибор, Србија, (ЦД издање), 1087-1091, ISBN: 978-86-7680-295-1 **(М33)**
- II 1.2.3.20. Вранић, И., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т., “Vojvodina as a Tourism Destination: Citizens’ Perspective”, XIV International Symposium Symorg 2014 “New Business Models and Sustainable Competitiveness”, 6-10. јун 2014, Златибор, Србија, (ЦД издање), 1113-1118, ISBN: 978-86-7680-295-1 **(М33)**
- II 1.2.3.21. Малиновић, А., Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., “The Effectiveness of Media Campaigns in Communication With Children”, XIV International Symposium Symorg 2014 “New Business Models and Sustainable Competitiveness”, 6-10. јун 2014, Златибор, Србија, (ЦД издање), 1119-1125, ISBN: 978-86-7680-295-1 **(М33)**
- II 1.2.3.22. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Барјактаровић Ракочевић, С., “Communication of Lean and Green Practices Via Web Sites”, LeanTech ‘13, 2nd International scientific conference on lean technologies“, 5-6. септембар 2013, Београд, Србија, 189-194, ISBN 978-86-7680-283-8 **(М33)**
- II 1.2.3.23. Павловић, Ј., Лалић, Д., Цицварић Костић, С., Стефановић, Д., Вукмировић, Ј., “The Use of Electronic Services and Barriers to Adoption of e-Government Services Among Business Entities”, International May Conference on Strategic Management - IMKSM2013, 24-26. мај 2013, Бор, Србија, 844-855, ISBN: 978-86-6305-006-8 **(М33)**
- II 1.2.3.24. Цицварић Костић, С., Вукмировић, Ј., Властелица Бакић, Т. „The Potential of eGovernment development in Emerging Markets: Perspective of Local Government“, 21th NISPAcee Annual Conference, 16–18. мај, 2013, Београд, Србија, ISBN: 978-80-89013-68-5 **(М33)**
- II 1.2.3.25. Властелица Бакић, Т., Костић-Станковић, М., Цицварић Костић, С. „The Impact of Sources of Information on Corporate Reputation“, The 3rd EMAC Regional Conference - Marketing Theory Challenges in Emerging Societies, 12-14. септембар, 2012, Београд, Србија, 259-265, ISBN: 978-86-403-1240-0 **(М33)**
- II 1.2.3.26. Крстовић, Ј., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. „Role of Internal Communication in Corporate Brand and Reputation Building“, XIII International Symposium Symorg 2012 “Innovative Management & Business Performance”, 5-9.

јун 2012, Златибор, Србија (ЦД издање), 393-400, ISBN: 978-86-7680-255-5 **(М33)**

- II 1.2.3.27. Вукмировић, Ј., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. „Marketing Approach in eGovernment“, XIII International Symposium Symorg 2012 “Innovative Management & Business Performance”, 5-9. јун 2012, Златибор, Србија (ЦД издање), 1120-1125, ISBN: 978-86-7680-255-5 **(М33)**
- II 1.2.3.28. Цицварић Костић, С., Филиповић, В., Вукмировић, Ј. „Marketing orientation and business performance of public administration“, XIII International Symposium Symorg 2012 “Innovative Management & Business Performance”, 5-9. јун 2012, Златибор, Србија (ЦД издање), 1105-1112, ISBN: 978-86-7680-255-5 **(М33)**
- II 1.2.3.29. Властелица Бакић, Т., Барјактаровић Ракочевић, С., Цицварић Костић, С. „Advances in Public Administration Practice in Emerging Markets: Introducing Marketing Orientation“, Advances in Business-Related Scientific Research Conference, 28-30. март 2012, Венеција, Италија, (ЦД издање) ISBN: 978-961-92917-3-3 **(М33)**
- II 1.2.3.30. Барјактаровић Ракочевић, С., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. "The Competitiveness of Universities in Emerging Markets", Universidad 2012, Congreso International de Educacion Superior, 13-17. фебруар 2012, Хавана, Куба, (ЦД издање) ISBN: 978-959-1614-34-6 **(М33)**
- II 1.2.3.31. Обрадовић, В., Митровић, З., Цицварић Костић, С. „Selection Methods: How We Pick Change Projects“, 1st International Symposium & 10th Balkan Conference on Operational Research, 22-25. септембар, 2011, Солун, Грчка, 325-332, ISBN: 978-960-87277-6-2 **(М33)**

Саопштење са међународног скупа штампано у изводу (М34)

Пре избора у звање доцента:

- II 1.2.3.32. Цицварић, С., Костић, М., Дамњановић, В., “Communicating Brand as a New Corporate Value”, The 7th Annual EUPRERA Congress “New Challenges for Public Relations”, 10-13. новембар 2005, Лисабон, Португал **(М34)**
- II 1.2.3.33. Филиповић, В., Цицварић, С., Властелица, Т., “Creating a Successful Public Relations Strategy for Multicultural Audience, “The 7th Annual EUPRERA Congress “New Challenges for Public Relations”, 10-13. новембар 2005, Лисабон, Португал **(М34)**

После избора у звање доцента:

- II 1.2.3.34. Милановић, Н., Филиповић, В., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т., Окановић, М., Јешић, М. (2014). „The Key Determinants of Efficient University - Business Collaboration“, IFSAM International Federation of Scholarly Associations of Management, World Congress in Tokyo: "Management in Crisis", 2-4. септембар 2014, Токио, Јапан, 72. **(М34)**

II 1.2.4. Националне монографије, тематски зборници, лексикографске и картографске публикације националног значаја - М40

Пре избора у звање доцента:

II 1.2.4.1. Цицварић, С. Бренд – креирање, позиционирање и одржавање, Задужбина Андрејевић, Београд, 2006. ИССН 1450-653X, ISBN 86-7244-563-5 **(M42)**

После избора у звање доцента:

II 1.2.4.2. Цицварић Костић, С. Комуникације и релациони маркетинг: примена у јавној управи, Задужбина Андрејевић, Београд, 2011. ISBN: 978-86-7244-980-8 **(M42)**

II 1.2.5. Радови објављени у научним часописима националног значаја (M50)

Рад у водећем часопису националног значаја (M51)

После избора у звање доцента:

II 1.2.5.1. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е. (2015). Model for Managing Corporate Social Responsibility, Management, 74, 47-56, ISSN 1820-0222, ISSN 2406-0658 (Онлајн) **(M51)**

II 1.2.5.2. Филиповић, В., Јовановић, Д., Цицварић Костић, С., (2013). Attracting Tourists to a Shopping Centre, Management, 66, 15-17, ISSN: 1820-0222, ISSN 2406-0658 (Онлајн) **(M51)**

II 1.2.5.3. Властелица Бакић, Т., Крстовић, Ј., Цицварић Костић, С. (2012). Пословна оправданост друштвено одговорног пословања, Маркетинг, 43(3), 191-198, ISSN: 0354-3471 **(M51)**

II 1.2.5.4. Дамњановић, В., Матовић, В., Цицварић Костић, С., Окановић, М. (2012). The Role of the LinkedIn Social Media in Building the Personal Image, Management, 65, 15-23, ISSN 1820-0222 **(M51)**

II 1.2.5.5. Крстовић, Ј., Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С. (2012). „Улога бизниса у друштву“, Management, 62, 67-72, ISSN 0354-8635 (Српско изд.), ISSN 1820-0222 (English ed.) **(M51)**

Рад у часопису националног значаја (M52)

Пре избора у звање доцента:

II 1.2.5.6. Дамњановић, В., Круљ, Д., Цицварић, С. (2005). Креирање нове организационе структуре усмерене на потрошача, Стратегијски менаџмент - часопис за стратегијски менаџмент и системе подршке стратегијском менаџменту, 10 (3), 133-137, YU ISSN 0354-8414 **(M52)**

II 1.2.5.7. Филиповић, В., Цицварић, С. (2003). Значај информационих технологија у преласку са традиционалног на савремени концепт маркетинга, Стратегијски менаџмент - часопис за стратегијски менаџмент и системе подршке стратегијском менаџменту, 7(3), 79-84, YU ISSN 0354-8414 **(M52)**

II 1.2.5.8. Филиповић, В., Цицварић, С. (2001). Моторола - пословни случај, Management, 6(21/22), 88-90, ISSN 0354-8635 (за издање на српском језику), ISSN 1820-0222 (за издање на енглеском језику) **(M52)**

II 1.2.5.9. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С. (2001). Стратегијски оријентисана комуникација са политичким и државним организацијама и институцијама, Management, 6(21/22), 24-29, ISSN 0354-8635 (за издање на српском језику), ISSN 1820-0222 (за издање на енглеском језику) **(M52)**

После избора у звање доцента:

- II 1.2.5.10. Дамњановић, В., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е. (2014), Organizing Business Case Competition - Guidelines For Business Schools, Integral Review - A Journal of Management, 7(2), 1-18, ISBN (Print): 0974-8032, ISBN (Online): 2278-6120 **(M52)**
- II 1.2.5.11. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е., Application of Crowdsourcing in Marketing, Revista Română de Statistică Supliment (Romanian Statistical Review -Supplement) 7/2014, 7-16, ISSN: 2359-8972 **(M52)**
- II 1.2.5.12. Филиповић, В., Јовановић, Д., Цицварић Костић, С., (2013) Примена мобилних апликација у маркетингу, Инфо М, 46, 4-10, ISSN: 1451-4397 **(M52)**
- II 1.2.5.13. Цицварић Костић, С., Окановић, М., Филиповић, В., Дамњановић, В., Вукмировић, Ј. (2011). „Employees’ and Citizens’ Perception of Marketing Communications in Serbian Municipalities“, International Journal of Marketing Principles and Practices, 1(1), 1-9, ISSN: 1927-1689 **(M52)**

II 1.2.6. Радови објављени у зборницима радова са скупова националног значаја (M60)

Саопштења са скупова националног значаја штампана у целини (M63)

Пре избора у звање доцента:

- II 1.2.6.1. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић, С. „Лични имиџ у контексту социјалних мрежа“, XII међународни симпозијум SymOrg 2010 „Организациона наука и менаџмент знања“, Златибор, 9-12. јун 2010. (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-216-6 **(M63)**
- II 1.2.6.2. Окановић, М., Цицварић, С., Јовић, М., Филиповић, В. „Концепти друштвено одговорног макркетинга“, XI интернационални симпозијум SymOrg 2008 „Менаџмент и друштвена одговорност“, 10-13. септембар 2008, Београд, Србија, (ЦД издање), ISBN 978-86-7680-161-9 **(M63)**
- II 1.2.6.3. Цицварић, С., Костић, М. „Утицај земље порекла у наступу на међународном тржишту“, X симпозијум SymOrg 2006 „Промене у организацији и менаџменту: изазови европских интеграција“, 7-10. јун 2006, Златибор, Србија (ЦД издање) **(M63)**
- II 1.2.6.4. Цицварић, С., Костић, М., Властелица, Т. „Управљање пројектом изградње бренда“, IX интернационални симпозијум из пројект менаџмента YUPMA 2005 „Са пројект менаџментом у европске интеграције“, 13-15. јун 2005, Златибор, Србија, 165 -169. **(M63)**
- II 1.2.6.5. Дамњановић, В., Филиповић, В., Цицварић, С. „Како постићи компетитивну предност у Интернет маркетингу“, 11 конференција YU INFO, 7-11. март 2005, Копаоник, Србија (ЦД издање) **(M63)**
- II 1.2.6.6. Цицварић, С. „Стратегије позиционирања робне марке у односу на конкуренцију“, IX међународни симпозијум SymOrg 2004 „Менаџмент – кључни фактор успеха“, 6-10. јун 2004, Златибор, Србија, (ЦД издање), ISBN 86-7680-022-7 **(M63)**

- II 1.2.6.7. Костић, М., Цицварић, С. „Управљање пројектом интегрисања комуникацијских активности маркетинга“, VIII интернационални симпозијум из пројект менаџмента YUPMA 2004 „Управљање пројектима и предузетништво“, 9-12. мај 2004, Златибор, Србија, 378-383. **(M63)**
- II 1.2.6.8. Цицварић, С. „Значај примене принципа стратегијског маркетинга у управљању пројектима“, VII интернационални симпозијум из пројект менаџмента YUPMA 2003 „Менаџмент и управљање пројектима“, 12-14. мај 2003, Златибор, Србија, 186-191. **(M63)**
- II 1.2.6.9. Цицварић, С. „Стратегије робне марке“, VIII међународни симпозијум SymOrg 2002 „Менаџмент у новом окружењу“, 2-5. јун 2002, Златибор, Србија, 361-366. **(M63)**
- II 1.2.6.10. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С. „Управљање робном марком у циљу успостављања њене реалне вредности“, VIII међународни симпозијум SymOrg 2002 „Менаџмент у новом окружењу“, 2-5. јун 2002, Златибор, Србија, 373-378. **(M63)**
- II 1.2.6.11. Костић, М., Цицварић, С. „Маркетинг план – важан део бизнис плана“, VI интернационални симпозијум из пројект менаџмента YUPMA 2002 „Примена пројект менаџмента у реформама“, 8-10. мај 2002, Златибор, Србија, 79-84. **(M63)**
- II 1.2.6.12. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С. „Изградња успешне робне марке као потенцијал развоја маркетинга“, Развој маркетинга – нове тенденције, новембар 2001, Ниш, Србија, 149-156, ISBN 86-80121-61-4 **(M63)**
- II 1.2.6.13. Костић, М., Филиповић, В., Цицварић, С. „Релациони маркетинг као развојна маркетинг оријентација“, Развој маркетинга – нове тенденције, новембар 2001, Ниш, Србија, 67-72, ISBN 86-80121-61-4 **(M63)**
- II 1.2.6.14. Филиповић, В., Костић, М., Цицварић, С. „Парламентарна спона – лобирање“, XXVII југословенски симпозијум о операционим истраживањима SIM-OP-IS 2001, 2-5. октобар 2001, Београд, Србија **(M63)**
- II 1.2.6.15. Васиљевић, Д., Цицварић, С. „CALS у функцији информационе интеграције предузећа“, XXVII Јупитер конференција 2001, јун 2001, Београд, Србија, 1.25-1.28, ISBN 86-7083-4155-4 **(M63)**
- II 1.2.6.16. Васиљевић, Д., Цицварић, С. „Управљање уговарањем помоћу савремених логистичких система“, V интернационални симпозијум из пројект менаџмента YUPMA 2001 „Управљање пројектима – нове тенденције“, 28-30. мај 2001, Београд, Србија, 255-260. **(M63)**

После избора у звање доцента:

- II 1.2.6.17. Јовић, С., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. „Онлајн комуникације у промотивној кампањи: студија случаја спортског брэнда“, XVIII интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA 2014 „Управљање пројектима у ИТ окружењу“, 12-13. мај 2014, Београд, Србија, 230-234, ISBN: 978-86-86385-11-6 **(M63)**
- II 1.2.6.18. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е. „Мерење ефикасности пројектата друштвене одговорности“, XVIII интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA 2014 „Управљање пројектима у ИТ окружењу“, 12-13. мај 2014, Београд, Србија, 302-306, ISBN: 978-86-86385-11-6 **(M63)**

- II 1.2.6.19. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е. „Индикатори маркетинг учинка у финансијској ефикасности“, IX скуп привредника и научника SPIN 2013 „Нова индустријализација, реинжењеринг и одрживост“, 5-6. новембар 2013, Београд, Србија, 119-126, ISBN 978-86-7680-288-3 **(M63)**
- II 1.2.6.20. Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т., Крстовић, Ј. Улагање компанија у друштвену заједницу, XVII Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Савремене тенденције у пројектном и иновационом менаџменту“, 7-9. јун 2013, Златибор, Србија, 249-253, ISBN: 978-86-86385-10-9 **(M63)**
- II 1.2.6.21. Окановић, М., Цицварић Костић, С., Нешковић, Е. Пословни наступ компанија на сајтовима за друштвено умрежавање, XVII Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Савремене тенденције у пројектном и иновационом менаџменту“, 7-9. јун 2013, Златибор, Србија, 44-48, ISBN: 978-86-86385-10-9 **(M63)**
- II 1.2.6.22. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Окановић, М. Значај управљања знањем у релационом маркетингу, XVI Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA “У сусрет економији знања – управљање пројектима знања“, 18-20. мај 2012, Златибор, Србија, 449-453, ISBN: 978-86-86385-09-3 **(M63)**
- II 1.2.6.23. Цицварић Костић, С., Барјактаровић Ракочевић, С. Укључивање инвеститора и осталих стејкхолдера у реализацију пројеката, XV Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Пројектни менаџмент у Србији – успеси и могућности“, 10-12. јун 2011, Златибор, Србија, 100-104, ISBN: 978-86-86385-08-6 **(M63)**
- II 1.2.6.24. Окановић, М., Цицварић Костић, С., Милосављевић М. Комуникациони аспект пројеката јавне управе ка кључним корисницима услуга. XV Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Пројектни менаџмент у Србији – успеси и могућности“, 10-12. јун 2011, Златибор, Србија, 235-239, ISBN: 978-86-86385-08-6 **(M63)**

Саопштење са скупа националног значаја штампано у изводу (M64)

После избора у звање доцента:

- II 1.2.6.25. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић Костић, С. „Мерење маркетинг перформанси и финансијска ефикасност“, XL Симпозијум о операционим истраживањима SYM-OP-IS, 9-12. септембар 2013, Златибор, Србија, 648, ISBN 978-86-7680-286-9

II 1.3. Остале научне и стручне публикације

II 1.3.1. Уџбеник, практикум, збирка задатака, или поглавље у публикацији те врсте са више аутора

Пре избора у звање доцента:

II 1.3.1.1. Цицварић, С. (2005). Управљање робном марком, поглавље у књизи: Маркетинг менаџмент – теорија и пракса, ФОН, Београд, 413-425, ISBN: 86-80239-216

После избора у звање доцента:

II 1.3.1.2. Штављанин, В., Дамњановић, В., Цицварић Костић, С. (2014). Маркетинг инжењеринг и комуникације, поглавље у Јашко О. (редактор), Менаџмент и организација - Приручник за припрему пријемног испита, Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, Београд, 129-164, ISBN 978-86-7680-298-2

II 1.3.1.3. Филиповић, В., Костић-Станковић, М., Јаничић, Р., Штављанин, В., Дамњановић, В., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т., Вукмировић, Ј., Јовић, М. (2014). Маркетинг менаџмент и односи с јавношћу, поглавље у Јашко О. (редактор), Менаџмент - Приручник за припрему пријемног испита Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, Београд, 155-202, ISBN 978-86-7680-297-5

II 1.3.1.4. Попеску, М., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. (2013). Integrated Marketing Communications in Associate CMMF® Handbook, International Institute of Marketing Professionals, Ontario, Canada, 51-99, ISBN: 978-0-9865519-0-1

II 1.3.2. Радови у стручном часопису или другој периодичној публикацији стручног или општег карактера

Пре избора у звање доцента:

II 1.3.2.1. Цицварић С, ПР: десна рука менаџмента, чланак у часопису *GM – Business & Lifestyle*, 21/22, 2007, Интернет огледало ИНТО, Београд

II 1.3.2.2. Цицварић С, Пословни бонтон – научите да (пословно) комуницирате, чланак у часопису *Exporter*, број 9, новембар 2007, Агенција за страна улагања и промоцију извоза - СИЕПА Републике Србије

II 1.3.3. Остале стручне публикације (пројекти, софтвер, друго)

Пре избора у звање доцента:

II 1.3.3.1. Примена међународних стандарда ИСО 9001 – основа за обезбеђење квалитета ФОН-а (члан тима), Подсистем маркетинга – Организација специјалних догађаја и Специјализовани подсистем – Организација испита, Факултет организационих наука, Београд, 2008-2010.

II 1.3.3.2. Израда етичког кодекса Факултета и правила пословног понашања, комуникације и облачења (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010.

II 1.3.3.3. Израда новог визуелног идентитета ФОН-а и књиге графичких стандарда (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010.

II 1.3.3.4. VIII, IX, XI, и XII међународни симпозијум *SymOrg* (члан организационог одбора), Факултет организационих наука, 2002, 2004, 2008, 2010.

II 1.3.3.5. *Skills@Work Challenge* (супервизор за јавни наступ такмичења за младе таленте из средњих школа, из 9 земаља Југоисточне Европе), *Junior Achievement Young Enterprise Europe* i *British Council*, 2009.

- II 1.3.3.6. *PRISMA – Programme for Resettlement in Serbia and Montenegro Army*, (сарадник на пројекту – предавач), Министарство одбране Велике Британије и Северне Ирске, Министарство одбране Србије, 2004-2008.
- II 1.3.3.7. Програм: Унапређење компетенција запослених у локалној самоуправи у општини Голубац (предавач), Европска агенција за реконструкцију и општина Голубац, 2007.
- II 1.3.3.8. *The Path of Internationalisation and Integration in the Europe of Region* - пројекат партнерства високо образовних институција у јужној и источној Европи (члан Србије у Међународном саветодавном одбору), 2006.
- II 1.3.3.9. Приближавање Парламента јавности, део пројекта Унапређење капацитета Информативног центра Народне скупштине (предавач), Мисија ОЕБС у Србији и Црној Гори, 2006.
- II 1.3.3.10. Развој и примена програма односа с јавношћу (члан тима), Факултет организационих наука, 2002-2005.
- II 1.3.3.11. Развој и примена програма односа с јавношћу (члан тима), Универзитет у Београду, 2005.
- II 1.3.3.12. Развој и примена програма односа с јавношћу (члан тима), Српска академија наука и уметности, 2005.
- II 1.3.3.13. *EDU FAIR 2005* - Сајамски наступ Факултета организационих наука (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2005.
- II 1.3.3.14. Едукација декана учитељских факултета у Србији, Основе управљања и односа с јавношћу у високообразовним институцијама (члан тима), Учитељски факултет у Београду у сарадњи са Универзитетом из Финске, 2004.
- II 1.3.3.15. *EDU FAIR 2004* - Сајамски наступ Факултета организационих наука (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2004.
- II 1.3.3.16. Пословни план изградње Менаџмент центра на Факултету организационих наука (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2002.
- II 1.3.3.17. Дефинисање стратегије развоја и репозиционирање производног програма ваздухопловног завода "Орао" (члан тима), Бијељина, Босна и Херцеговина, 2002.
- II 1.3.3.18. Организовање мастер програма из области Индустријског инжењерства у сарадњи са француском школом „*École Centrale Paris*” (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2002.
- II 1.3.3.19. Едукација запослених и примена савремених метода комуникације, Тема: Технике пословне комуникације (члан тима), Делта банка, Београд 2001
- II 1.3.3.20. Бизнис план за Институт за заштиту биља и животне средине, Тема: Маркетинг план (члан тима), Институт за заштиту биља и животне средине, Београд, 2001.

После избора у звање доцента:

- II 1.3.3.21. Оснивање Бугарско српске привредне коморе: Стратегија развоја Бугарско српске привредне коморе 2014-2019, Истраживање тржишта српске стране пограничне зоне, Истраживање потреба компанија српске стране пограничне зоне, члан тима, Пројекат суфинансиран од ЕУ преко ИПА програма, 2014.
- II 1.3.3.22. Пројекат унапређења капацитета за пословно планирање и тренинг тренера за заштићена подручја РС, члан тима, *United Nations Development Programme (UNDP)*, 2014.

- II 1.3.3.23. Презентација савременог концепта управљања људским ресурсима у Министарству унутрашњих послова Републике Србије, тренинг запослених у области комуникација, члан тима, *Sida - Swedish International Development Cooperation Agency and The Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces*, 2013.
- II 1.3.3.24. *USAID Business Enabling Project* – “Initiatives for Improvements of Public Administration in Serbia”, (предавач у области комуникација и пословног протокола за менаџере који раде у државним институцијама Републике Србије) Београд, 2013.
- II 1.3.3.25. Темпус пројекат *CONCUR* - *Conversion courses for unemployed graduates in Serbia* (предавач), Партнери: Универзитети из Србије (Нови Сад, Београд, Крагујевац, Ниш), Национална служба за запошљавање, Привредна комора Србије, Национални савет за високо образовање и страни партнери (Exeter, Велика Британија, Wageningen, Холандија, GMIT, Galway, Ирска и Љубљана, Словенија), Београд, 2010-2012.
- II 1.3.3.26. XIII и XIV међународни симпозијум *SymOrg* (члан организационог одбора), Факултет организационих наука, 2012, 2014.

II 2 Кандидат – др Срећко Новаковић

Достављена библиографија кандидата др Срећка Новаковића не садржи потпуне податке за опис сваке референце (све коауторе, број стране, датуме одржавања научних скупова, издаваче и др) те су референце приказане са подацима које је кандидат доставио, а неке допуњене подацима из радова достављених у фотокопији и/или изводу из часописа, зборника радова или друге библиографске јединице.

II 2.1. Завршни радови

II 2.1.1. „Управљање организационом трансформацијом предузећа у процесу транзиције“, докторска дисертација, Факултет за менаџмент Браћа Карић, Универзитет Браћа Карић, Београд, 2009.

II 2.1.2. „Менаџмент природним ресурсима са посебним освртом на минералне воде“, магистарска теза, Економски факултет Суботица, Универзитет у Новом Саду, 2007.

II 2.2. Научне публикације

II 2.2.2. Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)

После избора у звање доцента:

- II 2.2.2.1. Вулета, Ј., Андзић, С., Новаковић, С., Крстић, С., Субић, Ј. (2013). Contractor choice optimization in complex projects, *Metalurgia international*, XVIII (10), 66-68, ISSN 1582 – 2214, IF(2012): 0.134 **(M23)**²
- II 2.2.2.2. Андзић, С., Крстић, С., Вукасовић, Д., Милетић, А., Новаковић, С. (2013). Development of economic thought through the global economic crisis, *Metalurgia international*, XVIII (10), 95-97, ISSN 1582 – 2214 IF(2012): 0.134 **(M23)**
- II 2.2.2.3. Андзић, С., Рстић, М., Вукасовић, Д., Новаковић, С., Рстић, Ј. (2013). Grading investment safety of banks using multi-criteria optimization, *Metalurgia international*, XVIII (12), ISSN 1582 – 2214, IF(2012): 0.134 **(M23)**

II 2.2.3. Зборници међународних научних скупова (M30)

Саопштења са међународних скупова штампана у целини (M33)

Пре избора у звање доцента:

- II 2.2.3.1. Новаковић, С. Директни утицај спонзорства на развој спорта, XV међународна научна конференција, Спорт у XXI веку, Црна Гора, Херцег Нови, (Бијела), 2007. **(M33)**
- II 2.2.3.2. Новаковић, С., Перформанса као мера тимске ефикасности, XIV Интернационални научни скуп CM2009, Палић, 2009. **(M33)**
- II 2.2.3.3. Новаковић, С., Релевантност рачуноводствених информација за оптимизацију транспорта у трговини обућом, II међународни научни симпозијум Нови хоризонти саобраћаја и комуникација 2009, Добој, 2009. **(M33)**
- II 2.2.3.4. Новаковић, С., Concept of Denomination Level of Capacities and Its Influence on Decision Making of Managers, LEMiMA 2009 1st International Conference "Law, Economy and Management in Modern Ambience", Соко Бања, 2009. **(M33)**
- II 2.2.3.5. Новаковић, С., Функција менаџмента у спорту, VII међународна научна конференција, Херцег Нови, 2010. **(M33)**
- II 2.2.3.6. Новаковић, С., Маркетинг мих у спорту, VII међународна научна конференција, Херцег Нови, 2010. **(M33)**
- II 2.2.3.7. Новаковић, С., Безбедносни аспекти спортских такмичења, VIII међународна научна конференција, Херцег Нови, 2011. **(M33)**
- II 2.2.3.8. Новаковић, С., Приватна безбедност у спорту, VIII међународна научна конференција, Херцег Нови, 2011. **(M33)**
- II 2.2.3.9. Новаковић, С., Менаџмент ризика и безбедности спортског догађаја, VIII међународна научна конференција, Херцег Нови, 2011. **(M33)**
- II 2.2.3.10. Новаковић, С., Профитна децентрализација предузећа у транзицији у условима светске финансијске кризе, Прва научна интернационална конференција, Универзитет за пословне студије, Бања Лука, 2011. **(M33)**

² На основу Прилога 2 Правилника о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача, који је донео Национални савет за научни и технолошки развој 21. марта 2008. године, бирана је најповољнија класификација за кандидата. Наведени часопис нема импакт фактор у 2013. години, али је узето у обзир да је годину пре публикавања рада имао импакт фактор, те је сврстан у категорију M23. Према Правилнику, уколико постоји дилема који коефицијент M одговара датом часопису, бира се најповољнија класификација из периода од три године (година пре, година публикавања и година после публикавања или две године пре публикавања и година публикавања).

- II 2.2.3.11. Новаковић, С., Модалитети финансирања спортских такмичења, Међународна интердисциплинарна научно – стручна конференција, Васпитно - образовни и спортски хоризонти, Висока школа струковних студија за образовање васпитача и тренера, Суботица, 2011. **(М33)**
- II 2.2.3.12. Pataki É., Sági A., Новаковић, С., Applying the Bureaucratic Organization in the Reorganization Process, 1st REGIONAL CONFERENCE – MECHATRONICS IN PRACTICE AND EDUCATION MECH – CONF 2011, Суботица, децембар 2011. **(М33)³**

После избора у звање доцента:

- II 2.2.3.13. Новаковић, С., Катастрофе – превенција и санирање последица, III Међународни научни скуп, Европски Универзитет, Брчко, 2015, ИСБН – 99955-99-01-0 **(М33)**

II 2.2.4. Националне монографије, тематски зборници, лексикографске и картографске публикације националног значаја - М40

После избора у звање доцента:

- II 2.2.4.1. Новаковић, С. (2013). Менаџмент природним ресурсима, ИСБН 978-86-916775-1-0, Суботица: Економски факултет **(М42)**
- II 2.2.4.2. Новаковић, С. (2013). Управљање организационом трансформацијом предузећа, ИСБН 978-86-91677-0-3, Београд: Факултет за менаџмент Универзитет Браћа Карић **(М42)**

II 2.2.5. Радови објављени у научним часописима националног значаја (М50)

Рад у часопису националног значаја (М52)

Пре избора у звање доцента:

- II 2.2.5.1. Новаковић, С. (2011). Оптимална комбинација фактора ефикасног и ефективног маркетинга произвођача минералне воде, часопис “Економика”, Ниш **(М52)**

После избора у звање доцента:

- II 2.2.5.2. Новаковић, С., Вукасовић, Д. (2014). Модалитети финансијског криминала код власничке трансформације капитала у транзиционим економијама, НБП, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, 173-184, ISSN 0354-8872 **(М52)**

Рад у научном часопису (М53)

Пре избора у звање доцента:

³ У достављеној библиографији, за овај рад кандидат је наведен као први и једини аутор, међутим, накнадном анализом Комисије утврђено је да то није тачно: <http://labintsis.com/?p=1446&lang=en>

- II 2.2.5.3. Новаковић, С. (2010). Инвестиционо одлучивање у условима несавршеног тржишта капитала, Независни универзитет, Бања Лука, СВАРОГ – часопис за друштвене и природне науке бр. X **(M53)**
- II 2.2.5.4. Новаковић, С. (2011). Креативност и иновације у функцији конкурентске предности, Независни универзитет, Бања Лука, СВАРОГ – часопис за друштвене и природне науке бр. II **(M53)**
- II 2.2.5.5. Новаковић, С. (2011). Инструменти маркетинг микса произвођача минералне воде, часопис Сингидунум ревија, Београд **(M53)**

После избора у звање доцента:

- II 2.2.5.6. Ђурановић, Д., Новаковић, С., Глиговић, Д. (2012). Креирање модела менаџмента у систему безбедности спортских догађаја, СПОРТ МОНТ – часопис за спорт, физичко васпитање и здравље, бр. 34-36/X, 408-418, ISSN 1451-7485 **(M53)**
- II 2.2.5.7. Новаковић, С., Ђурановић, Д., Војиновић, Ж. (2012). Финансијско планирање и финансирање спортских такмичења, СПОРТ МОНТ – часопис за спорт, физичко васпитање и здравље, бр. 34-36/X, 419-424, ISSN 1451-7485 **(M53)**
- II 2.2.5.8. Новаковић, С. (2012). Маркетиншка стратегија спонзорства у спорту, СПОРТ МОНТ – часопис за спорт, физичко васпитање и здравље, бр. 34-36/X, 425-433, ISSN 1451-7485 **(M53)**⁴
- II 2.2.5.9. Глигоријевић, Ж., Новаковић, С. (2013). Структурна трансформација у функцији привредног развоја Србије, Научно стручни часопис за друштвене и природне науке - СВАРОГ, Бања Лука, 242-258, ISSN 1986-8588 **(M53)**
- II 2.2.5.10. Новаковић, С., Родић, М., Бунфорд, Т. (2013). Иновативне детерминанте ресурса у функцији пројектног менаџмента, НИР-Часопис за науку-истраживање-развој, година II, број 4, Брчко, 97-103, COBIS.BH-ID 19756294 **(M53)**
- II 2.2.5.11. Новаковић, С., Бунфорд, Т., Родић, М. (2014). Маркетинг менаџмент у високом образовању Републике Србије, НИР-Часопис за науку-истраживање-развој, година III, број 5, Брчко, 9-23, COBIS.BH-ID 19756294 **(M53)**
- II 2.2.5.12. Вукасовић, Д., Новаковић, С. (2015). Liquidity as a development component in the seasonal variations of financial flows, Научно стручни часопис за друштвене и природне науке – СВАРОГ, Бања Лука, 205-211, ISSN 1986-8588 **(M53)**

⁴ Напомена: радови II 2.2.5.6.; II 2.2.5.7 и II 2.2.5.8. су у пријави кандидата наведени у следећем облику:
 „Др Срећко Новаковић, Креирање модела менаџмента у систему безбедности спортских догађаја, IX међународна научна конференција, Херцег Нови, 2012.
 Др Срећко Новаковић, Финансијско планирање и финансирање спортских такмичења, IX међународна научна конференција, Херцег Нови, 2012.
 Др Срећко Новаковић, Маркетиншка стратегија спонзорства у спорту, IX међународна научна конференција, Херцег Нови, 2012. „

Анализом доступне документације утврђено је да на раду 2.2.5.6. није први, нити једини аутор. Даље, утврђено је и да нису доступни зборници са конференција које кандидат наводи. Радови су пронађени у часопису СПОРТ МОНТ – часопис за спорт, физичко васпитање и здравље, што је као најповољнија опција за кандидата сврстано у М53 категорију.

II 2.2.6. Радови објављени у зборницима радова са скупова националног значаја (M60)

Саопштења са скупова националног значаја штампана у целини (M63)

Пре избора у звање доцента:

II 2.2.6.1. Новаковић, С., Улога и утицај ризичног капитала у брзом развоју малих предузећа, научни скуп СМ, Палић, 2007 **(M63)**

После избора у звање доцента:

II 2.2.6.2. Новаковић, С., Улога и значај савременог менаџмента у развоју спортске организације, 5. међународна интердисциплинарна научно-стручна конференција, Суботица, 2012. **(M63)**

II 2.2.6.3. Новаковић, С., Модерне организационе струцтуре у функцији развоја спортске организације, 6. међународна интердисциплинарна научно-стручна конференција, Суботица, 2013. **(M63)**

II 2.2.6.4. Новаковић, С., Управљање трошковима у спорту, 6. међународна интердисциплинарна научно-стручна конференција, Суботица, 2013. **(M63)**

II 2.2.6.5. Вукасовић, Д., Новаковић, С., Управљање организационом трансформацијом у спортским организацијама, 7. међународна интердисциплинарна научно-стручна конференција, Суботица, 2014, 225-229, COBISS.SR-ID 286895111 **(M63)**

II 2.2.6.6. Гостимировић, Л., Новаковић, С., Значај иновација у управљању спортским организацијама, 7. међународна интердисциплинарна научно-стручна конференција, Суботица, 2014, 194-197, COBISS.SR-ID 286895111 **(M63)**

Саопштење са скупа националног значаја штампано у изводу (M64)

Пре избора у звање доцента:

II 2.2.6.7. Новаковић, С., Концепт деноминаторског нивоа капацитета и његов утицај на доношење менаџерских одлука, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад, (Пословно окружење у Србији и светска економска криза – зборник апстраката), 2009. **(M64)**

II 2. 3. Остале научне и стручне публикације

II 2.3.1. Уџбеник, практикум, збирка задатака, или поглавље у публикацији те врсте са више аутора

Пре избора у звање доцента:

II 2.3.1.1. Новаковић, С., Гостимировић, Л. (2011). Економика предузећа, ИСБН 978-99955-712-0-7, Добој: Висока пословно техничка школа

После избора у звање доцента:

- II 2.3.1.2. Новаковић, С., Глиговић, Д. (2013). Финансијска тржишта и берзе, ИСБН 978-99955-781-1-4, Добој: Висока пословно техничка школа
- II 2.3.1.3. Новаковић, С., Рстић, М. (2013). Берзанско пословање, ИСБН 978-99955-781-0-7, Добој: Висока пословно техничка школа
- II 2.3.1.4. Новаковић, С., Тадић, М. (2015). Истраживање тржишта, ИСБН 978-99955-781-2-1, Добој: Висока пословно техничка школа

II 2.3.2. Радови у стручном часопису или другој периодичној публикацији стручног или општег карактера

Пре избора у звање доцента:

- II 2.3.2.1. Новаковић, С. (2009). Корпоративно-стратегијска анализа ресурса, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад, 'Школа бизниса', Часопис бр. 3
- II 2.3.2.2. Новаковић, С. (2009). Управљање пројектом организационе трансформације предузећа, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад
- II 2.3.2.3. Новаковић, С (2011). Нормативно регулисање тржишта капитала, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад
- II 2.3.2.4. Новаковић, С., Ђурановић, Д. (2011). Аспекти финансијског криминала у транзицији, Факултет за европске правно-политичке студије, ПРАВО И ПОЛИТИКА, Нови сад, Оригинални научни радови, Универзитет Сингидунум, Београд

III ПРИКАЗ ОДАБРАНИХ РАДОВА КАНДИДАТА

III 1 Кандидат – др Славица Цицварић Костић

У овом делу представљени су завршни радови и одабрани научни радови кандидата др Славице Цицварић Костић.

III 1.1. Завршни радови

„Стратешка улога маркетинга и односа с јавношћу у унапређењу управе и развоју електронских услуга“, докторска дисертација, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2010.

Докторска дисертација обрађује концепте и трендове који су актуелни у области маркетинга и односа с јавношћу. Теорија и пракса су потврдиле да у глобалној економији, чије су карактеристике велики број учесника и висок степен њихове повезаности и међузависности, пословна филозофија се усмерава на изградњу јачих веза и односа између организације и њених стејкхолдера, које се данас посматрају као један од кључних

капитала организације. Савремени приступ стратешком менаџменту све већи значај даје дисциплинама попут маркетинга и односа с јавношћу и њихову синергију и усклађивање види као кључне. Дакле, њихово интегрисање, посебно у домену комуникација је неопходно у процесу изградње и неговања односа са стејкхолдерима. Докторска дисертација представља синтезу и преглед теоријске основе предложених концепата управљања односима и интегрисаних комуникација и њихову примену у сектору јавне управе, као и емпиријску верификацију њихове улоге у унапређењу управе и развоју електронских услуга.

Докторска дисертација се састоји од осам целина, у оквиру којих су представљене и обрађене тематске целине које су биле предмет изучавања. У уводном делу и прва два поглавља дефинисана је материја која се разматра, односно стање теорије и праксе маркетинга и односа с јавношћу и дати су теоријски и методолошки оквири анализе. У четвртном и петом поглављу испитана је примена и улога маркетинга и односа с јавношћу у управи и развоју електронских услуга. Постављен је модел унапређења рада управе применом активности маркетинга и односа с јавношћу, који је тестиран емпиријским истраживањем. Резултати истраживања које је спроведено међу грађанима Србије и запосленима који се баве активностима маркетинга и односа с јавношћу у институцијама управе на локалном нивоу представљени су у шестом делу рада. На бази представљених резултата редефинисан је модел постављен на почетку истраживања. У седмом делу су изнета закључна разматрања, а у осмом листа коришћених референци.

Анализа улоге маркетинга и односа с јавношћу у управи и развоју еУправе је од посебног значаја, с обзиром на то да у домаћој стручној литератури ова проблематика још увек није обрађивана у потребној мери. У раду су изложене смернице за развој и примену ових концепата, као и савремене комуникацијске концепције, којима се значајно може утицати на боље информисање и задовољство стејкхолдера, изградњу односа са њима, професионализацију рада управе, унапређење имиџа и др.

„Интеграција активности маркетинга и односа с јавношћу у процесу развоја брэнда”, магистарска теза, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2005.

У оквиру магистарске тезе извршена је систематизација сазнања до којих се дошло из области брендинга (у теорији и у пракси) и дефинисане су активности брендинга, чија се потреба огледа у све већем афирмисању ове научне области. Постављена је теоријска подршка процеса развоја брэнда и управљања брэндом, кроз интеграцију активности маркетинга и односа с јавношћу. Такође, извршена је и анализа комуникацијских активности односа с јавношћу и маркетинга путем којих се креира успешан брэнд и назначен је значај интегрисаних комуникација, као одговарајућег микса комуникацијских инструмената, са посебним истицањем значаја таквог деловања у односу на њихову појединачну примену. Пошто у домаћој литератури још увек ова област није заступљена у довољној мери, у том смислу рад има стручан допринос.

Теза је структурирана у пет целина. У уводном делу је представљен методолошки оквир истраживања. У првом делу дефинисан је и анализиран концепт брэнда, могућности и

карактеристике примене концепта, као и користи које доноси. У другом делу детаљно је представљен процес развоја брэнда кроз интеграцију активности маркетинга и односа с јавношћу и савремене комуникацијске концепције. Пошто се брэнд гради кроз различите облике комуникације, посебна пажња је поклоњена комуникацијским активностима маркетинга и односа с јавношћу. У трећем делу представљен је процес управљања брэндом. Након закључних разматрања, представљена је коришћена литература. У тези су представљене користи које могу организације добити због посредног остваривања бољих резултата пословања.

III 1.2. Анализа одабраних радова и других публикација пре избора у звање доцента

У раду II 1.2.1.1. „Public Administration Relations with Media: The Case of Serbia“, који је поглавље у монографији међународног значаја, идентификоване су потребе за применом концепта односа с јавношћу и дефинисањем двосмерних комуникационих стратегија између управе и циљних јавности (грађана, медија, партнера...). Фокус рада је на једној од најважнијих група циљних јавности – медија. Представљени су резултати емпиријског истраживања које је спроведено међу представницима водећих националних медија у Србији, којим је испитана њихова перцепција активности односа с јавношћу које институције управе спроводе. Како је утврђено да генерално представници медија оцењују да управа према њима има реактиван приступ и на основу активности које се спроводе, проблема и изазова на које наилазе у свакодневном раду, на крају је представљен модел за проактивне односе са медијима, који институције управе могу применити у дефинисању и обликовању односа са њима.

У раду II 1.2.2.1. „Influence of healthcare institution managers' proactive approach to communication activities on patient satisfaction“, који је објављен у часопису који се налази на *SCIE* листи, испитани су приступи и ставови менаџера здравствених институција о комуникацијским активностима маркетинга и односа с јавношћу у контексту примене програма задовољства пацијената и утицаја на њихово задовољство. Истраживање које је спроведено међу менаџерима различитих државних здравствених институција (домови здравља, клинике, болнице) показало је да они који примењују проактиван приступ медијима и који су већ институционализовали комуникацијске активности према екстерним стејкхолдерима имају и позитиван приступ према примени програма задовољства пацијената. Поред тога, доказано је да овај позитиван став утиче на задовољство пацијената. Овакав приступ обезбеђује користи здравственим институцијама, од позитивног имиџа, преко лојалности пацијената, па до повећања прихода.

У раду II 1.2.3.1. „Teaching using the case study method: challenges for teachers and students“ извршено је испитавање мишљења студената, сарадника и наставника о примени студије случаја као наставног метода, за који је литература показала да има врло значајну улогу у високом образовању, јер развија критичко размишљање код студената, подстиче сарадњу факултета и компанија и др. Резултати истраживања обухватају главне користи и недостатке примене ове методе. За успешну примену методе студије случаја, наставници би требало да развију вештине везане за писање студија, вођење дискусије, оцену рада студената и тимова и сл. Истраживање је показало да примена методе студије случаја индиректно утиче на побољшање знања и вештина студента и наставника, а директно на

боље запошљавање студената и имиџ наставника у академском, али и пословном окружењу.

У раду II 1.2.5.6. „Креирање нове организационе структуре усмерене на потрошача“ описан је начин формирања организационе структуре одељања за маркетинг и његова улога у пословној структури целе компаније и успешног стратешког управљања. Указује се на промене из окружења и остале факторе који имају важну улогу у формулисању стратегије и структуре маркетинг одељења. Приказани су облици организовања у традиционалном маркетингу и поређење са новом маркетиншком парадигмом која је настала као одговор на промене потрошача и нове пословне могућности. Нова маркетиншка парадигма је променила филозофију бизниса, како у начину организовања, тако и у потпуној оријентацији ка потрошачу.

У раду II 1.2.6.1. „Лични имиџ у контексту социјалних мрежа“ анализирани су компоненте личног имиџа у контексту једне од најразвијенијих социјалних мрежа у Србији – Фејсбук. Истраживање је спроведено међу студентском популацијом која има значајну присутност у оквиру ове социјалне мреже. Резултатима истраживања утврђен је ниво значајности личног имиџа на Фејсбуку за студенте и посвећеност развоју појединих компоненти личног имиџа у овом окружењу. Такође су идентификована њихова досадашња искуства у наступу на социјалним мрежама. У раду су дате смернице за изградњу доброг личног имиџа у виртуелном свету који је значајан како за приватни тако и за професионални наступ појединца. Поред резултата истраживања представљене су нове форме повезивања и комуникације међу корисницима које је условила деценијска експанзија Интернета.

III 1.3. Анализа одабраних радова и других публикација после избора у звање доцента

У раду II 1.2.1.2. „Marketing Orientation and Business Performance of Public Administration“ описане су специфичности и облици маркетиншке оријентације јавне управе која је идентификована као последица примене принципа новог јавног менаџмента. Представљен је алат за процену пословних перформанси који је адаптиран за јавну управу. У раду су представљени резултати истраживања оријентације локалне самоуправе према грађанима у Србији, као и резултати мерења задовољства грађана као једне од могућих мера перформанси.

У раду II 1.2.2.2. „Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia“, објављен у часопису са *SSCI* листе који има импакт фактор, испитана је перцепција коју грађани имају о детерминантима њиховог задовољства услугама локалне самоуправе у Србији. Истраживањем (узорак од 605 корисника услуга локалне самоуправе) утврђено је да оријентација на кориснике, понашање и ставови запослених, као и процес пружања услуге утичу на задовољство грађана локалном самоуправом. На основу резултата истраживања, представљени су правци за унапређење рада локалне самоуправе.

У раду II 1.2.2.3. „Drivers of unpleasant experiences in virtual social network context“ испитује се оквир за управљање виртуелним и реалним имиџом у контексту друштвених мрежа,

као и утицај виртуелних комуникација на дигитално представљање појединца. Циљ је да се испитају основне детерминанте виртуелног представљања појединца, као и њихов утицај на појаву непријатних искустава у онлајн и офлајн окружењу. Студија је посебно усмерена на узрочнике негативног имиџа, на који утичу непријатна искуства појединца и њихов могући утицај на свеукупан лични имиџ. Резултати студије потврђују да је фреквенција постављања садржаја на друштвене мреже детерминанта која у највећој мери утиче на појаву негативних искустава. Надаље, истраживање је показало да је време проведено на друштвеним мрежама у негативној корелацији са квалитетом успостављених односа и да може негативно утицати на појаву непријатних ситуација и лични имиџ. Студија је испитивала и степен поклапања реалних и виртуелних односа и утврдила је да виртуелни односи који се у већој мери поклапају, односно одговарају успостављеним односима међу појединцима у реалном животу, позитивно утичу на имиџ и смањују могућност појаве непријатних искустава.

У раду II 1.2.2.4. „Managers' Orientation of Health Care Organization – Comparasion Study of Serbia, Macedonia and Slovenia“, објављен у часопису са *SCIE* листе који има импакт фактор, упоредно је истражена оријентација менаџера здравствених институција у Словенији, Македонији и Србији. Испитано је укупно 310 менаџера и резултати указују да су менаџери у Србији и Македонији оријентисани на активности запослених и испуњавање норме броја пацијената, док су менаџери у Словенији више оријентисани екстерно, на пацијенте и њихово задовољство. У све три земље, вештина доношења одлука је процењена као најважнија вештина управљања. У раду су објашњене сличности и разлике у постизању задовољства пацијената у три земље региона и идентификовани су правци унапређења менаџмент праксе здравствених институција.

У раду II 1.2.3.25. „The Impact of Sources of Information on Corporate Reputation“ идентификовани су извори информисања, односно тип искуства које представници опште јавности и специфичних стејкхолдера имају са компанијом који имају утицај на корпоративну репутацију. На почетку рада дефинисана је корпоративна репутација. У циљу идентификовања извора информисања о компанији, који су доминантни код опште јавности и специфичних стејкхолдера у Србији приликом формирања корпоративне репутације, приказани су резултати емпиријског истраживања, којим су испитани извори информисања, перцепција, ставови и намере у односу на компаније које послују у нашој земљи. Анализа одговора испитаника у погледу искуства које су имали са компанијом, односно извора информација о компанији коју су у истраживању навели као „добру“ даје значајне импликације за менаџмент праксу. Наиме, из анализе је могуће закључити како комуницирати, односно које инструменте и канале комуникације користити у маркетиншкој комуникацији и односима с јавношћу.

У раду II 1.2.5.1. „Model for Managing Corporate Social Responsibility“ представљен је оквир за управљање друштвено одговорним пословањем. Идентификовано је да ефективно управљање друштвено одговорним пословањем, као кросфункционалним процесом у организацији, захтева дефинисање стратегије, програма и акционог плана, којим се тај процес структурира од самог иницирања до мерења крајњих ефеката. Како је академска литература на тему друштвено одговорног пословања углавном фокусирана на истраживање пословне оправданости концепта, односно утврђивање ефеката друштвене одговорности на поједине аспекте пословања, утврђено је да научна истраживања нису у

довољној мери посвећена формализовању управљачког концепта у овом домену. Зато је у раду представљен модел управљања корпоративном друштвеном одговорношћу. Модел представља допринос теорији и пословној пракси друштвено одговорног пословања јер нуди стратешки оквир за системско планирање, реализацију и евалуацију друштвено одговорних акција и програма.

У раду II 1.2.5.3. „Пословна оправданост друштвено одговорног пословања“ идентификовани су фактори који све више притискају организације да послују на начин који је економски, друштвено одржив и одржив у погледу заштите природне средине. У раду је објашњен концепт и димензије друштвено одговорног пословања, као пословне филозофије усмерене на остваривање дугорочних користи за компанију и друштво у коме она послује. Иако је концепт друштвено одговорног пословања већ прихваћен у теорији и пракси, циљ рада је да истакне аргументе и користи примене концепта у пословању компанија. Представљена је пословна оправданост друштвено одговорног пословања кроз приказ утицаја на финансијске перформансе компаније, понашање потрошача и у крајњој инстанци на њену репутацију.

III 2 Кандидат – др Срећко Новаковић

III 2.1. Завршни радови

Кандидат др Срећко Новаковић није доставио завршне радове на увид Комисији.

III 2.2. Анализа одабраних радова и других публикација пре избора у звање доцента

Кандидат др Срећко Новаковић није доставио радове и друге публикације пре избора у звање доцента у фотокопији и/или изводу из часописа, зборника радова или друге библиографске јединице.

III 2.3. Анализа одабраних радова и других публикација после избора у звање доцента

Анализирани су сви радови из категорије М23. Селекција осталих радова за анализу извршена је на основу релевантности теме рада за ужу научну област за коју се врши избор у звање и радова достављених у фотокопији и/или изводу из часописа, зборника радова или друге библиографске јединице.

У раду II 2.2.2.1. „Contractor choice optimization in complex projects“ анализира се проблем избора извођача активности у оквиру пројекта како би се реализовао на време, уз минималне трошкове и како се могу применити модели комбинаторне параметарске оптимизације. Представљен је модификовани *PERT-COST* алгоритам за минимизацију трошкова реализације пројекта.

У раду II 2.2.2.2. „Development of economic thought through the global economic crisis“ представљени су корени глобалне економске кризе, узроци појаве финансијске кризе и последице које је изазвала финансијска криза.

У раду II 2.2.2.3. „Grading investment safety of banks using multi-criteria optimization“ представљене су карактеристике *AHP* и *TOPSIS* методе мултикритеријумске анализе и формулација математичког модела вишекритеријумског одлучивања. Представљено је како се комбинацијом ових метода може пружити подршка у одлучивању о инвестирању у банкарском сектору.

У раду II 2.2.5.6. „Креирање модела менаџмента у систему безбедности спортских догађаја“ аутори полазе од констатације да безбедносни аспект менаџмента специјалних догађаја добија све више на значају, а због специфичности и усложњавања безбедносних прилика на најзаступљенијим јавним скуповима. Рад идентификује ризике спортских догађаја, стратегије третирања ризика и представљен је теоријски модел менаџмента безбедности спортског догађаја.

Рад II 2.2.5.7. „Финансијско планирање и финансирање спортског догађаја“ презентује план финансирања спортских такмичења. Аутори констатују да менаџер спортског такмичења има право одлучивања и сноси одговорност за трошкове, приходе и резултат пословања и да је за спортска такмичења пожељно израдити флексибилни буџет и планске калкулације које су основ за оцену успешности такмичења са економског становишта. У раду је представљен пример флексибилног буџета великог спортског такмичења. На крају је представљена контрола трошкова спортских такмичења.

У раду II 2.2.5.8. „Маркетиншка стратегија спонзорства у спорту“ аутор констатује да је спонзорство једно од најважнијих подручја маркетинга у спорту и анализира га као системски развој одређене концепције спонзорисања и то за спортска предузећа, спортске организације, спортисте и спонзоре. Важност спонзорства огледа се у томе да је данас превладавајући начин финансирања врхунског спорта у многим гранама спорта због заједничког економског интереса који имају и спонзор и спортска организација. У раду су представљени појам, врсте и разлози спонзорисања у спорту, утицај спонзорства на развој спорта, спонзорско предвиђање одабира врсте спорта, као и циљеви спортског спонзорства.

У раду II 2.2.5.11. „Маркетинг менаџмент у високом образовању Србије“ констатовано је да растом броја високошколских установа интензивира се и конкуренција међу њима, тако да су данас високошколске установе принуђене да све више примењују принципе маркетинга и менаџмента својствене предузећима како би опстале на тржишту. Наводи се да високошколске установе улазе у фазу када је нужна анализа тржишта и примена маркетиншких концепата у планирању њиховог раста и развоја. Представљен је маркетинг менаџмент у образовању студената у оквиру кога се у раду наводе инструменти маркетинг микса и важност маркетиншке оријентације високошколске установе. Описан је процес стратегијског планирања и маркетинг стратегије високошколске установе. Представљена је дефиниција и погодности интернета, посебно употребе у високошколским установама.

IV ОЦЕНА РЕЗУЛТАТА НАУЧНО-ИСТРАЖИВАЧКОГ, СТРУЧНОГ И ПЕДАГОШКОГ РАДА КАНДИДАТА

IV 1 Кандидат – др Славица Цицварић Костић

Приликом категоризације радова за наредну табелу и део текста коришћени су подаци из достављене биографије кандидата са библиографијом и радова достављених у фотокопији и/или електронској верзији, изводу из часописа, зборника радова или друге библиографске јединице.

Од избора у звање доцента, др Славица Цицварић Костић остварила је коефицијент компетентности у износу од 65,5 (минимално потребна вредност коефицијента компетентности за избор у звање ванредног професора износи 32). У наредној табели су сумирани резултати према Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Ванредни професор

Врста научног резултата	Минимална вредност коефицијента компетентности	Остварена вредност коефицијента компетентности
M10+M20+M31+M32+M33+M41+M42 +M43+M44+M45+M51+M52+M60	32	65,5
од тога		
M11+M12+M21+M22+M23+M24+M41 +M42+M43+M51+M52	25,33	40
И		
M10+M20+M41+M42+M51	18,67	36

Све претходне оцене и критеријуми као кратки резиме везан за публикације др Славице Цицварић Костић приказане су у следећој табели:

Име и презиме: Др Славица Цицварић Костић	Звање у које се бира: Ванредни професор		Ужа научна, односно научна област за коју се бира: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	
Научне публикације	Број публикација у којима је једини или први аутор		Број публикација у којима је аутор, а није једини или први	
	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора
Рад у водећем научном часопису међународног значаја објављен у целини	-	-	-	-
Рад у научном часопису међународног значаја објављен у целини	-	1 ^а	1	2 ^б
Рад у научном часопису националног значаја објављен у целини	-	1	4	8
Рад у зборнику радова са међународног научног скупа објављен у целини	5	2	13	11

Рад у зборнику радова са националног научног скупа објављен у целини	5	2	11	6
Рад у зборнику радова са међународног научног скупа објављен само у изводу (апстракт), а не у целини	1	-	1	1
Рад у зборнику радова са националног научног скупа објављен само у изводу (апстракт), а не у целини	-	-	-	1
Научна монографија или поглавље у монографији са више аутора	2	2	-	-
Стручне публикације	Број публикација у којима је једини или први аутор		Број публикација у којима је аутор, а није једини или први	
	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора
Рад у стручном часопису или другој периодичној публикацији стручног или општег карактера	2	-	-	-
Уџбеник, практикум, збирка задатака, или поглавље у публикацији те врсте са више аутора	1	-	-	3
Остале стручне публикације (пројекти, софтвер, друго)	-	-	20	6

Напомена: Радови са *SSCI* и *SCI* листе са ИФ, после избора у звање доцента, обележени суперскриптом у табели

а)

Цицварић Костић, С., Окановић, М., Милосављевић, М., Вукмировић Ј. (2013). Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia, *TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 40E, 22-34, ISSN 1842-2845, IF(2012)=0.38, *SSCI* (M23)

б)

Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т. (2013). Drivers of unpleasant experiences in virtual social network context, *TTEM - Technics Technologies Education Management*, 8(4) 11/12, 1804-1809, ISSN: 1840-1503, IF(2012): 0.414, *SCIE* (M23)

Наведени часопис нема импакт фактор у 2013. години, али је узето у обзир да је годину пре публиковања рада имао импакт фактор, те је сврстан у категорију M23 (према Прилогу 2 Правилника о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача, који је донео Национални савет за научни и технолошки развој 21. марта 2008. године). Према Правилнику, уколико постоји дилема који коефицијент М одговара датом часопису, бира се најповољнија класификација из периода од три године (година пре, година публиковања и година после публиковања или две године пре публиковања и година публиковања).

Дамњановић, В., Филиповић, В., Цицварић Костић, С., Новчић, Б., Јаничић, Р. (2011). Managers' Orientation of Health Care Organization – Comparasion Study of Serbia, Macedonia and Slovenia, *HealthMed*, 5(6) , Suppl. 1: 2206-2213, IF(2011): 0.435, *SCIE* (M23)

У наредној табели приказани су резултати којима се утврђује испуњеност законом предвиђених услова и ближих критеријума за стицање звања наставника ванредног професора на Универзитету у Београду.

Услови утврђени законом/ближи критеријуми	Остварени резултат	Оцена оствареног резултата
Научни степен доктора наука	Докторска дисертација: Славица Цицварић: „Стратешка улога маркетинга и односа с јавношћу у унапређењу управе и развоју електронских услуга“, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, одбрањена 28.10.2010. године; број страна: 272.	Услов испуњен.
Способност за наставни рад -Позитивна оцена педагошког рада добијена у студентској анкети	Кандидат је остварио оцене изнад просека у анкетама о вредновању педагошког рада наставника Универзитета у Београду.	Услов испуњен.
<p>Већи број научних радова који утичу на развој научне мисли у ужој области објављених у међународним или водећим домаћим часописима и зборницима, са рецензијама</p> <p>-Најмање два рада објављена после избора у звање доцента у научним часописима са SCI листе, односно у часописима са SSCI, AHCI, ERIH или листе престижних светских часописа за поједине научне области коју утврђује Универзитет на предлог факултета, или најмање три рада објављена у часопису међународног значаја верификованог посебном одлуком. Кандидат је такође испунио овај услов ако је објавио један рад у часопису са SCI листе, односно у часопису са SSCI, AHCI, ERIH или листе престижних светских часописа за поједине научне области коју утврђује Универзитет на предлог факултета и два рада објављена у часопису међународног значаја верификованог посебном одлуком</p> <p>– Најмање један рад објављен након избора у звање доцента у водећем часопису националног значаја у одређеној научној области, или најмање два поглавља у научној књизи/монографији односно критичкој монографској публикацији из научне области за коју се кандидат бира, или два рада у тематском зборнику са рецензијом, или превод изворног текста у облику студије, поглавља или чланка, односно превод или стручна редакција превода научне монографије/књиге из научне области за коју се кандидат бира или методичка публикација у области образовања и наставе.</p>	Преко 85 радова у домаћим и међународним часописима, зборницима конференција и осталим библиографским јединицама. Након избора у звање доцента кандидат је објавио три рада у различитим међународним часописима индексираним на SSCI и SCI листи (категорија M23) и пет радова у водећим домаћим часописима (категорија M51).	Услов испуњен.

Услови утврђени законом/ближи критеријуми	Остварени резултат	Оцена оствареног резултата
<p>Већи број научних радова и саопштења изнетих на међународним или домаћим научним скуповима</p> <p>– Најмање један рад са међународног научног скупа објављен у целини – Најмање један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини</p>	<p>Кандидат има 31 рад који је излагао на међународним скуповима објављених у целини, од чега је 13 након избора у звање доцента. Кандидат има 24 рада које је излагао на домаћим скуповима објављених у целини, од чега је 8 након избора у звање доцента.</p>	<p>Услов испуњен.</p>
<p>Оригинално стручно остварење (пројекат, студија, патент, оригинални метод, нова сорта и сл.), односно руковођење или учешће у научним пројектима</p>	<p>У периоду од последњег избора кандидат је учествовао на једном ТЕМПУС пројекту.</p>	<p>Услов испуњен.</p>
<p>Објављен уџбеник, монографија, практикум или збирка задатака за ужу научну, односно уметничку област за коју се бира</p> <p>– Научна монографија/књига односно уџбеник из научне области за коју се кандидат бира.</p>	<p>Кандидат има објављене две монографије из уже научне области које се користе у настави на мастер студијама на Факултету организационих наука, од којих је једна објављена након избора у звање доцента.</p>	<p>Услов испуњен.</p>
<p>- Менторство односно чланство у комисијама за израду завршног рада на специјалистичким и дипломским академским студијама</p>	<p>Кандидат је тренутно ментор на једном докторском раду, а била је ментор у изради једне магистарске тезе, ментор на 53 завршна мастер рада и ментор на 18 завршних радова на основним академским студијама. Била је члан више од 80 комисија за одбрану завршних радова на основним, дипломским и специјалистичким академским студијама.</p>	<p>Услов испуњен.</p>

На основу прегледа и анализе објављених радова, може се констатовати да је кандидат др Славица Цицварић Костић остварила изузетне научно-истраживачке резултате, како у квантитативном тако и у квалитативном смислу. У квантитативном смислу, 88 резултата исказаних у референтним јединицама, у потпуности испуњавају услове за избор у звање ванредног професора прописане Законом о високом образовању, Правилником о начину и поступку стицања звања и заснивања радног односа наставника Универзитета у Београду и Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду. У квалитативном смислу, научне и стручне публикације објављене у области маркетинга и односа с јавношћу имају значајан допринос теорији и пракси наведених дисциплина.

Др Славица Цицварић Костић је поред описаног научно-истраживачког рада била ангажована и на великом броју стручних пројеката, који су наведени у делу II 1.3.3. Такође, кандидат има и корпоративно и консултантско искуство у руковођењу пројектима из области односа с јавношћу и маркетинга, које је стекла радећи у компанијама наведеним у делу I 1.2. овог Извештаја. Била је члан неколико стручних тела и одбора. Члан је струковних организација из области маркетинга и односа с јавношћу, како на националном, тако и на међународном нивоу.

На Факултету организационих наука др Славица Цицварић Костић ангажована је извођењу наставе и организацији испита на обавезним и изборним предметима из уже научне области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације на основним академским студијама на српском и енглеском језику, мастер академским студијама, специјалистичким академским студијама, докторским студијама и међународним студијама које Факултет организационих наука изводи са *Middlesex University* из Велике Британије и са Факултетом за управу Универзитета у Љубљани. Као предавач, ангажована је на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Македонија, а гостовала је на *ISM University of Economics and Management*, Литванија, као и на Факултету за економију и менаџмент у Нитри, Словачка.

У студентским анкетама за вредновање педагошког рада редовно добија високе оцене (у зимском семестру школске 2014/2015, на обавезном предмету Маркетинг, остварила је просечну оцену 5,0, на предмету Односи с јавношћу, на настави на енглеском језику, просечну оцену 4,69; у летњем семестру 2013/2014 на изборном предмету Односи са медијима остварила је просечну оцену 4,95; на предмету *International Marketing Management and Public Relations* у току школске 2013/2014 остварила је просечну оцену 4,82).

Тренутно је ментор на једном докторском раду, а била је ментор у изради једне магистарске тезе, ментор на 53 завршна мастер рада и ментор на 18 завршних радова на основним академским студијама. Била је члан више од 80 комисија за одбрану завршних радова на основним, дипломским и специјалистичким академским студијама. Учествовала је као члан две комисије у оцени подобности кандидата, теме и ментора за израду докторске дисертације на Универзитету у Новом Саду, Факултет техничких наука.

Кандидат је досадашњим радом показао да савесно испуњава наставне обавезе и педагошки рад се може оценити као изузетно успешан. Остварени резултати др Славице Цицварић Костић на подручју педагошког рада у потпуности испуњавају услове за избор у звање ванредног професора прописане Законом о високом образовању, Правилником о начину и поступку стицања звања и заснивања радног односа наставника Универзитета у Београду и Критеријумима за стицање звања ванредног професора на Универзитету у Београду.

Др Славица Цицварић Костић испуњава и критеријум доприноса академској и широј заједници, који се огледа у њеном учешћу у ваннаставним активностима студената, учешћу у пројектима на Факултету којима се побољшава имиџ и репутација Факултета и Универзитета, организацији стручних и научних конференција и скупова, рецензирању радова, као и раду струковних организација.

IV 2 Кандидат – др Срећко Новаковић

Приликом категоризације радова за наредну табелу коришћени су подаци из достављене биографије кандидата са библиографијом и радова достављених у фотокопији и/или изводу из часописа, зборника радова или друге библиографске јединице. Приликом анализе Комисија је установила да је кандидат код већег броја радова у достављеној

библиографији себе навео као јединог аутора, док је увидом у саме радове Комисија установила да је на појединим радовима кандидат коаутор, а не једини аутор. У складу са тим, постоји могућност да подаци наведени у табели не приказују реално стање, тј. да су радови на којима је кандидат исказан као први или једини аутор, радови на којима је кандидат коаутор.

Од избора у звање доцента, др Срећко Новаковић остварио је коефицијент компетентности у износу од 30,5 (минимално потребна вредност коефицијента компетентности за избор у звање ванредног професора износи 32). У наредној табели су сумирани резултати према Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Ванредни професор

Врста научног резултата	Минимална вредност коефицијента компетентности	Остварена вредност коефицијента компетентности
M10+M20+M31+M32+M33+M41+M42 +M43+M44+M45+M51+M52+M60	32	30,5
од тога		
M11+M12+M21+M22+M23+M24+M41 +M42+M43+M51+M52	25,33	24
И		
M10+M20+M41+M42+M51	18,67	22

Име и презиме: др Срећко Новаковић, доцент	Звање у које се бира: Ванредни професор		Ужа научна, односно научна област за коју се бира: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	
	Број публикација у којима је једини или први аутор	Број публикација у којима је аутор, а није једини или први	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора
Научне публикације	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора
Рад у водећем научном часопису међународног значаја објављен у целини	-	-	-	-
Рад у истакнутом и научном часопису међународног значаја објављен у целини	-	-	-	3*
Рад у научном часопису националног значаја објављен у целини	4	5	-	3
Рад у зборнику радова са међународног научног скупа објављен у целини	12	1	-	-
Рад у зборнику радова са националног научног скупа објављен у целини	1	3	-	2
Рад у зборнику радова са међународног научног скупа објављен само у изводу (абстракт), а не у целини	-	-	-	-
Рад у зборнику радова са националног научног скупа објављен само у изводу (абстракт), а не у целини	1	-	-	-

Монографска студија, односно поглавље у монографији са више аутора	-	2	-	-
Стручне публикације	Број публикација у којима је једини или први аутор		Број публикација у којима је аутор, а није једини или први	
	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора	пре последњег избора/реизбора	после последњег избора/реизбора
Рад у стручном часопису или другој периодичној публикацији стручног или општег карактера	4	-	-	-
Уџбеник, практикум, збирка задатака, или поглавље у публикацији те врсте са више аутора	1	3	-	-
Остале стручне публикације (пројекти, софтвер, друго)	-	-	-	-

*Напомена: Радови са SSCI и SCI листе са ИФ, после избора у звање доцента:

1. Вулета, Ј., Андзић, С., Новаковић, С., Крстић, С., Субић, Ј. (2013). Contractor choice optimization in complex projects, Metalurgia international, , XVIII (10), 66-68, ISSN 1582 – 2214, IF(2012): 0.134 (M23)
2. Андзић, С., Крстић, С., Вукасовић, Д., Милетић, А., Новаковић, С. (2013). Development of economic thought through the global economic crisis, Metalurgia international, XVIII (10), 95-97, ISSN 1582 – 2214 IF(2012): 0.134 (M23)
3. Андзић, С., Ристић, М., Вукасовић, Д., Новаковић, С., Ристић, Ј. (2013). Grading investment safety of banks using multi-criteria optimization, Metalurgia international, XVIII (12), ISSN 1582 – 2214, IF(2012): 0.134 (M23)

Часопис „Metalurgia international“ је задобио посебно интересовање због случаја објављеног рада „Evaluation of transformative hermenautic heuristics for processing random data“ намерно написаног ван било ког стандарда квалитета. Те године је изгубио импакт фактор, али последњи забележен импакт фактор од 0.103 из 2012. године га је сврставао у М23 групу часописа (на основу Прилога 2 Правилника о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача, који је донео Национални савет за научни и технолошки развој 21. марта 2008. године). Према Правилнику, уколико постоји дилема који коефицијент М одговара датом часопису, бира се најповољнија класификација из периода од три године (година пре, година публиковања и година после публиковања или две године пре публиковања и година публиковања).

У наредној табели приказани су резултати којима се утврђује задовољење законом предвиђених услова и ближих критеријума за стицање звања наставника ванредног професора на Универзитету у Београду.

Услови утврђени законом/ближи критеријуми	Остварени резултат	Оцена оствареног резултата
Научни степен доктора наука	Докторска дисертација: “Управљање организационом трансформацијом предузећа у процесу транзиције”. Факултет за менаџмент “Браћа Карић” у Београду. Одбрањена 6.1.2009. године. Кандидат није доставио податке о ментору, броју страна и остале податке за дисертацију.	Услов испуњен.

Услови утврђени законом/ближи критеријуми	Остварени резултат	Оцена оствареног резултата
Способност за наставни рад -Позитивна оцена педагошког рада добијена у студентској анкети	Кандидат није доставио податке о позитивној оцени педагошког рада.	Услов није испуњен.
<p>Већи број научних радова који утичу на развој научне мисли у ужој области објављених у међународним или водећим домаћим часописима и зборницима, са рецензијама</p> <p>-Најмање два рада објављена после избора у звање доцента у научним часописима са SCI листе, односно у часописима са SSCI, AHCI, ERIH или листе престижних светских часописа за поједине научне области коју утврђује Универзитет на предлог факултета, или најмање три рада објављена у часопису међународног значаја верификованог посебном одлуком. Кандидат је такође испунио овај услов ако је објавио један рад у часопису са SCI листе, односно у часопису са SSCI, AHCI, ERIH или листе престижних светских часописа за поједине научне области коју утврђује Универзитет на предлог факултета и два рада објављена у часопису међународног значаја верификованог посебном одлуком</p> <p>- Најмање један рад објављен након избора у звање доцента у водећем часопису националног значаја у одређеној научној области, или најмање два поглавља у научној књизи/монографији односно критичкој монографској публикацији из научне области за коју се кандидат бира, или два рада у тематском зборнику са рецензијом, или превод изворног текста у облику студије, поглавља или чланка, односно превод или стручна редакција превода научне монографије/књиге из научне области за коју се кандидат бира или методичка публикација у области образовања и наставе.</p>	Кандидат је објавио преко 45 радова у домаћим и међународним часописима, зборницима конференција и осталим библиографским јединицама. Након избора у звање доцента кандидат објавио три рада, сва три у истом часопису <i>Metalurgia Internacional</i> (категорија M23).	Услов испуњен.
<p>Већи број научних радова и саопштења изнетих на међународним или домаћим научним скуповима</p> <p>- Најмање један рад са међународног научног скупа објављен у целини - Најмање један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини</p>	Кандидат има 13 радова које је излагао на међународним скуповима објављених у целини, од чега је 1 након избора у звање доцента. Кандидат има 6 радова које је излагао на домаћим скуповима објављених у целини, од чега је 5 након избора у звање доцента.	Услов испуњен.
Оригинално стручно остварење (пројекат, студија, патент, оригинални метод, нова сорта и сл.), односно руковођење или учешће у научним пројектима	Кандидат није доставио податке о руковођењу или учешћу у научним пројектима.	Услов није испуњен.
Објављен уџбеник, монографија, практикум или збирка задатака за ужу научну, односно уметничку област за коју се бира - Научна монографија/књига односно уџбеник из научне области за коју се кандидат бира.	Кандидат има објављене две монографије, обе након избора у звање доцента. Поред тога, кандидат је објавио четири уџбеника, три након избора у звање доцента.	Услов испуњен.

Услови утврђени законом/ближи критеријуми	Остварени резултат	Оцена оствареног резултата
- Менторство односно чланство у комисијама за израду завршног рада на специјалистичким и дипломским академским студијама	Кандидат је био је ментор 175 дипломских радова, 10 магистарских теза – мастер и 5 докторских дисертација, а члан комисије 141 дипломског рада, 3 магистарске тезе и 3 докторске тезе.	Услов испуњен.

На основу прегледа и анализе објављених радова, може се констатовати да је кандидат др Срећко Новаковић објавио 49 резултата исказаних у референтним јединицама, али да се не може сматрати да је кандидат остварио значајан допринос у истраживању у области маркетинга, односа с јавношћу и мултимедијалних комуникација.

Кандидат не наводи податке о конкретним пројектима на којима је учествовао. Од 1996. године до данас је генерални директор (председник) компаније Солид у Суботици. Ово друштвено предузеће по подацима Агенције за привредне регистре послује са губитком у свим годинама за које се води евиденција. Привредни суд у Суботици је 16.06.2015 донео Решење о покретању претходног стечајног поступка за предузеће.

Кандидат је до сада биран у звања: предавача високе школе, професора високе школе и доцента високе школе, потом доцента за ужу научну област Економија на Универзитету Сингидунум, Београд (2012. године). У Републици Српској, на Универзитету за пословни инжењеринг и менаџмент Бања Лука, 2014. године изабран је у звање ванредног професора за ужу научну област Менаџмент и ужу научну област Маркетинг. Био је ментор 175 дипломских радова, 10 магистарских теза – мастер и 5 докторских дисертација, а члан комисије 141 дипломског рада, 3 магистарске тезе и 3 докторске тезе. Кандидат није доставио податке о позитивно оцењеном педагошком раду.

V ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ И ПРЕДЛОГ КОМИСИЈЕ

Прегледом достављене документације, Комисија је утврдила да су се на конкурс у предвиђеном року пријавили следећи кандидати: др Славица Цицварић Костић и др Срећко Новаковић.

Комисија је утврдила да кандидат др Славица Цицварић Костић испуњава услове за избор у звање ванредног професора који су прописани Законом о високом образовању, Правилником о начину и поступку стицања звања и заснивања радног односа наставника Универзитета у Београду и Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду. Анализирајући научне, стручне и педагошке квалитете др Славице Цицварић Костић, на основу објављених радова и постигнутих резултата у науци и струци, потом на основу спроведених бројних анкета о вредновању педагошког рада наставника и сарадника, као и вишегодишњег искуства у раду са студентима на извођењу наставе на предметима из уже научне области, Комисија констатује да кандидат испуњава све услове за избор у звање ванредног професора за ужу научну област

Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Поред формалних услова, кандидат др Славица Цицварић Костић исказала је научно-истраживачку и стручну усмереност ка ужој научној области, која се јасно огледа у објављеним радовима, научном и стручном ангажовању.

Имајући у виду претходно изнето мишљење, а ценећи научне, стручне и педагошке резултате кандидата, Комисија предлаже Изборном већу Факултета организационих наука да се доцент др Славица Цицварић Костић изабере за наставника у звању ванредног професора за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, на одређено време у трајању од пет година, са пуним радним временом.

У Београду, 9. јул 2015. године

КОМИСИЈА

-
1. др Винка Филиповић, редовни професор ФОН-а, председник
-
2. др Велимир Штавланин, ванредни професор ФОН-а, члан
-
3. др Мирјана Глигоријевић, редовни професор Економског факултета, члан