

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА
11000 Београд, Јове Илића 154

Изборном већу Факултета организационих наука
Универзитета у Београду

Предмет: Извештај Комисије о пријављеним кандидатима за избор у звање **доцента** за ужу научну област **Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације**

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука 05-02 бр. 4/52 од 15.07.2021. године именовани смо за чланове Комисије за припрему Извештаја о пријављеним кандидатима по конкурс за избор једног наставника у звање доцента на одређено време од пет година, са пуним радним временом за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, у следећем саставу:

1. Проф. др Славица Цицварић Костић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду – председник
2. Проф. др Велимир Штавланин, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду – члан
3. Проф. др Саша Вељковић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Београду – члан.

Након увида у конкурсни материјал, Комисија подноси Изборном већу и Декану Факултета организационих наука Универзитета у Београду следећи

ИЗВЕШТАЈ

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука Универзитета у Београду 05-02 бр. 4/52 од 15.07.2021. године, расписан је конкурс за избор једног наставника у звање доцента, на одређено време од пет година, са пуним радним временом, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

На конкурс који је објављен у огласним новинама Националне службе за запошљавање "Послови" бр. 943-944 од 21.07.2021. године, са роком трајања од 15 дана, у предвиђеном року, пријавио се један кандидат, и то: **др Милан Окановић**.

I Биографски подаци о кандидату

Др Милан Окановић рођен је 3.10.1983. године у Београду, где је завршио основну школу и гимназију. Запослен је на Факултету организационих наука Универзитета у Београду. Студије на Факултету организационих наука Универзитета у Београду уписао је 2002, а дипломирао је 2007. године. Образовање је наставио исте године на мастер академским студијама, на студијском програму Менаџмент и остварио је просечну оцену 9,43. Мастер рад под називом „Утицај стејкхолдера на корпоративни бренд“ одбранио је 2009. године. Исте године је уписао докторске студије на Факултету организационих наука, изборно подручје Информациони системи и менаџмент. На докторским студијама положио је све испите предвиђене планом докторских студија са просечном оценом 10,0. Докторску дисертацију на тему „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ одбранио је 27. септембра 2016. године и стекао звање доктора техничких наука – подручје организационих наука.

II Педагошко искуство и научно-стручне активности

Радно искуство и наставне активности

Од 2007. године кандидат Милан Окановић запослен је на Факултету организационих наука, као сарадник у настави, а од 2009. године као асистент за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Од 2016. године радио је као стручни сарадник у Центру за истраживање тржишта на Факултету организационих наука. Од 2017. године радио је као доцент на Факултету организационих наука, на Катедри за Маркетинг менаџмент и односе с јавношћу.

На Факултету организационих наука учествовао је у извођењу наставе на предметима на основним академским студијама: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг и изборним предметима у оквиру уже научне области (Маркетинг истраживање, Односи с медијима и Истраживање тржишта). На мастер академским студијама изводио је наставу на предметима Предузетнички маркетинг, Бренд менаџмент, Примењена маркетинг истраживања, Медијске комуникације и Односи с јавношћу.

На заједничком студијском програму мастер академских студија, „Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији“, Факултета организационих наука и Електротехничког факултета Универзитета у Београду, изводио је наставу на предмету Маркетинг и продаја у дигиталном окружењу.

У оквиру Мултидисциплинарних студија при Универзитету у Београду, Милан Окановић изводио је наставу на предмету Друштвени медији и дигиталне маркетиншке кампање у оквиру студијског програма Рачунарство у друштвеним наукама.

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, изводио је наставу на предмету Односи с јавношћу.

На мастер програму из Управљања пословањем (*Executive MBA*) учествовао је извођењу наставе на предмету Стратешки маркетинг и комуникације.

Као гост предавач изводио је наставу на Економском факултету Универзитета у Ријеци, Хрватска, на специјалистичким студијама Маркетинг менаџмент, на предмету Корпоративне комуникације. Такође као гост предавач, изводио је наставу и на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Северна Македонија, на магистарским студијама Управљање стратегијским комуникацијама, на предмету Бренд и креативна стратегија.

Био 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. Учествовао је и у реализацији наставе на предмету Маркетинг у оквиру заједничких студија Факултета организационих наука и Војне академије.

Од 2013. до 2019. године Милан Окановић био је ангажован као члан извршног одбора међународног студенског такмичења у решавању пословних студија случаја, „*Belgrade Business International Case Competition*“ које је сваке године окупљало студентске тимове са више универзитета и пословних школа из целог света.

Од 2015. до 2017. године Милан Окановић радио је на успостављању Истраживачко-развојног центра на Факултету организационих наука, као месту за развој савремених практичних знања и вештина студената, кроз едукацију и истраживачко-развојне пројекте креиране у сарадњи са партнерским организацијама.

Милан Окановић је суоснивач стартап компаније *Virtual Properties Solutions* д.о.о. која се бави развојем иновативног решења за виртуелну презентацију и управљање односима с купцима у грађевинској индустрији и индустрији некретнина. У оквиру компаније бави се развојем производа и пословања, успостављањем партнерстава, као и управљањем корпоративним и маркетиншким комуникацијама. Решење је добило финансијску и менторску подршку кроз програм „*Rising stars*“ у организацији Научно-технолошког парка Београд.

Милан Окановић оснивач је веслачког клуба „Београдски универзитет“ у којем је од 2006. године ангажован волонтерски. Тренутно је ангажован на функцији Председника Клуба.

Менторства и чланства у комисијама

Кандидат Милан Окановић био је ментор на 17, а члан комисије на 68 завршних радова кандидатима на основним академским студијама на Факултету организационих наука. На мастер академским студијама био је ментор 12 пута, а члан комисије 25 пута.

Кандидат Милан Окановић био је члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације на Католичком универзитету у Лувену (Белгија) под насловом „*Advertising Human(nes)s Empirical Integration of Anthropomorphism and Dehumanization*“ (<https://www.doctoralschoolofmanagement.be/documents/FNRS-Report-2019.pdf>, страна 99-100)

Оцена педагошког рада

У анонимним вредновањима педагошког рада наставника, која су спроведена на Факултету организационих наука, др Милан Окановић оцењен је високим оценама од стране студената, о чему постоји писана евиденција на Факултету организационих наука (табела 1).

Табела 1 Оцена педагошког рада кандидата Милана Окановића

Школска година	Предмет	Просечна оцена	Број студената
2014/2015	Маркетинг	4,69	47
	Маркетинг истраживање	4,96	11
2015/2016	Маркетинг истраживање	4,85	18
2016/2017	Маркетинг	4,69	94
	Односи с јавношћу	4,78	13
2017/2018	Маркетинг	4,78	73
	Односи с јавношћу	4,75	45
2018/2019	Маркетинг	4,90	32
2019/2020	Маркетинг	4,50	21

Цитираност

Кандидат др Милан Окановић остварио следећу цитираност:

- Google Scholar 92 (h index 4, i10-index 3)

izvor: <https://scholar.google.com/citations?user=Awzkle8AAAAJ&hl=en>,
pristupljeno 29.10.2021.,

- ReseachGate 71

izvor: <https://www.researchgate.net/profile/Milan-Okanovic/stats>
pristupljeno 29.10.2021.,

- Scopus 29 (h-index 3)

izvor: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55884739600>,
pristupljeno 29.10.2021)

Чланства у научним и организационим одборима, научним и стручним организацијама

Милан Окановић био је члан организационог одбора међународног симпозијума *Symorg 2012* и *Symorg 2014*. који је организовао Факултет организационих наука.

Научноистраживачки и стручни пројекти

Учествовао је на следећим научноистраживачким и стручним пројектима:

- Унапређење маркетиншког приступа пословању кроз кокреирање вредности (*unirdrustv-18-235-1399*), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија, Словенија), члан тима, 2019-2021



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

(https://www.efri.uniri.hr/hr/unaprjedenje_marketinskog_pristupa_poslovanju_kroz_sukreiranje_vrijednosti/1305/259).

- Кокреирање вредности као нова парадигма пословних оријентација (ZP 9/2017), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија,), члан тима, 2017-2019
(https://www.efri.uniri.hr/hr/sukreiranje_vrijednosti_kao_nova_paradigma_poslovnih_orijentacija/1507/262).
- Инфраструктура за електронски подржано учење у Србији (III-47003), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, истраживач, 2018-
- *Building Innovation Funnel - Venture an Idea (DSI/BIF/2021/001)*, међународни пројекат Иницијативе Дигитална Србија и Факултета организационих наука са партнерима, подржан од стране Америчке агенције за међународни развој (USAID), руководилац пројектних активности ФОН-а, 2021-2025
- *Advanced Data Analytics in Business – ADA (EACEA 598829-EPP-1-2018-1-RS-EPPKA2-CBHE-JP)*. Пројекат је подржан од стране Европске комисије у оквиру Еразмус+ програма, са циљем развоја и имплементације мастер студијских програма у област напредне анализе података на три универзитета у Србији, 2021-2022, члан тима
- *University to Society Innomediaries in Albania: Co-Production of knowledge and research that matters – U-SIA (618997-EPP-1-2020-1-AL-EPPKA2-CBHE-JP)*, Пројекат изградње капацитета у високом образовању који финансира Еразмус+ програм Европске уније, 2021-2023, предавач

Предавања по позиву

Кандидат др Милан Окановић, 2016. године, одржао је предавање по позиву на 20. интернационалном симпозијуму из пројектног менаџмента, тема „Тајна успеха стартап пројеката“, у организацији удружења за управљање пројектима Србије (YUPMA).

Такође, 2014. године одржао је предавање по позиву, тема „*Start маркетинг UP*“ на округлом столу који је одржан на Економском факултету Универзитета у Нишу, у организацији Српског удружења за маркетинг.

Чланство у стручним органима или комисијама на Факултету

Др Милан Окановић био је члан Већа основних академских студија у периоду од 2019 до 2020. године.

Педагошки рад

Члан је менторског тима у оквиру *Case Study Club*-а на Факултету организационих наука. Као ментор припремао је и водио је студентски тим 2018. године на међународном такмичењу у иновацијама, *Loreal Brandstorm Paris* у Франсуцкој. Такође, припремао је и водио студентски тим на међународно такмичење у решавању пословних студија *CBS – Case Competition* у оквиру Копенхаген пословне школе у Данској.

У периоду од 2009. до 2012. године припремао је и водио студентске тимове Факултета организационих наука на такмичење „Менаџеријада“ који су освајали прва места у категорији „квиз знања“.

У оквиру програма *Skills@Work Challenge* у организацији *Junior Achievement Young Enterprise Europe* и *British Council* 2009. године био је ментор за младе таленте из средњих школа. Био је члан жирија на локалном *Case study* такмичењу за студенте ФОН-а 2008. године. Био је члан жирија на такмичењу Хакатон 2015. у организацији студентске организације ФОНИС. Учествовао је у радионицама које су организовале студентске организације, Центар за развој каријере ФОН-а 2014. године, као и AIESEC 2016. године.

Страни језици

Кандидат др Милан Окановић говори, чита, пише и предаје на енглеском језику - напредни ниво.

III НАУЧНИ, СТРУЧНИ И ДРУГИ РАДОВИ

1. ЗАВРШНИ РАДОВИ

- 1.1. „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“, докторска дисертација, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2016.
- 1.2. „Утицај стејкхолдера на корпоративни бренд“, мастер теза, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2009.
- 1.3. „Примена алтернативних горива у аутомобилској индустрији као допринос одрживом развоју“, дипломски рад, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2007.

2. НАУЧНЕ ПУБЛИКАЦИЈЕ

- 2.1. **Монографије, монографске студије, тематски зборници, лескикографске и картографске публикације међународног значаја (M10)**

После избора у звање доцента



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

- 2.1.1. Okanović M.Ž., Jevtić M.V., Stefanović T.D. (2021) *Organizational Changes in Development Process of Technology Startups*. поглавље у монографији: *Experimental and Computational Investigations in Engineering*. vol 153. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58362-0_13 (M14)

2.2. Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)

После избора у звање доцента

- 2.2.1. Vlastelica T., Cicvarić Kostić S., Okanović M., Milosavljević M. (2018). *How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Reputation? The evidence from an emerging market*, *JEEMS - Journal of East European Management Studies*, 23(1): 6-25, ISSN 0949-6181, ISSN online: 0949-6181, DOI: 10.5771/0949-6181-2018-1-10, IF(2020): 0.821 (M23)
- 2.2.2. Jovanović M., Dlačić J., Okanović M., (2018). *Digitalization and society's sustainable development - Measures and Implications*, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: Časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 36(2), pp. 905-928, ISSN: 1331-8004, DOI: 10.18045/zbfri.2018.2.905, IF(2017): 0.455 (M23)

Пре избора у звање доцента

- 2.2.3. Cicvarić Kostić, S., Okanović, M., Milosavljević, M., Vukmirović, J. (2013). *Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia*, *TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 40E, 22-34, Print ISSN 1842-2845, Online ISSN 2247-8310, IF(2020)=0.742 (M23)

2.3. Радови објављени у зборницима међународних научних скупова (M30)

После избора у звање доцента

- 2.3.1. Jovanović, M., Dlačić, J., Okanović, M., (2018). *How Does the Digitalization Impact Society's Sustainable Development? Measures and Implications*, *Proceedings of International Scientific Conference "Economics of Digital Transformation"*, pp. 299 - 316, May 2- 4. 2018, Rijeka, Croatia, pp. 299-316, ISBN 978-953-7813-45-1 (M33)
- 2.3.2. Cicvarić Kostić, S., Ivanović, A., Okanović, M. (2018) *Influencer marketing in a social media context*, *XVI International Symposium SYMORG 2018 "Doing Business in the Digital Age: Challenges, Approaches and Solutions"*, 7-10. јун 2018, Златибор, Србија, 521-526, ISBN 978-86-7680-361-3 (M33)
- 2.3.3. Okanović, M., Smiljić, T., Cicvarić Kostić, S. (2018) *The analysis of content used in political campaigns: does context matter?* *XVI International Symposium SYMORG 2018 "Doing*



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

Business in the Digital Age: Challenges, Approaches and Solutions, 7-10. јун 2018, Златибор, Србија, 603-608, ISBN 978-86-7680-361-3 (M33)

Пре избора у звање доцента

- 2.3.4. Okanović M., Anđelković J., Stefanović T., (2016) „Supporting development of technological startups through mentoring“, XIV International Symposium Symorg 2016 “Reshaping the Future through Sustainable Business Development and Entrepreneurship”, Златибор, Србија, 10-13 јун 2016. ISBN:978-86-7680-326-2 (M33)
- 2.3.5. Okanović M., Stefanović T., Sužnjević M., (2014) „New media in internal communication“ XIII International Symposium Symorg 2014 “New Business Models and Sustainable Development”, Златибор, Србија (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-295-1, стр. 258-265. (M33)
- 2.3.6. Milošević M., Pavlović S., Okanović M. (2012), „Key aspects in branding agricultural products“ XIII International Symposium Symorg 2012 “Innovative Management & Business Performance”, Златибор, Србија, (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-255-5, стр. 1156-1163. (M33)
- 2.3.7. Jovanović M., Okanović M., Stanković A., (2012) „Managerial stress in auditing companies“. XIII International Symposium Symorg 2012 “Innovative Management & Business Performance”, Златибор, Србија, (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-255-5, стр. 357-366. (M33)
- 2.3.8. Žarkić Joksimović N., Milosavljević M., Okanović M. (2012) „Graduates and Entrepreneurship: The Role of University Business Incubators in Serbia“. La Universidad por el Desarrollo Sostenible, 8vo Congreso Internacional de Educación Superior, de La Habana, Куба, 2012, ISBN: 978-959-1614-34-6, pp. 1855-1864. (M33)
- 2.3.9. Damjanović V., Cicvarić S., Okanović M., Novčić B. (2009), “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, Охрид, Македонија, 16-17. октобар 2009, COBISS.MK-ID 18467649, стр. 146-153. (M33)
- 2.3.10. Okanović M., Jevtić M., Stefanović T. (2019). Organizational changes in development process of technology startups, Proceeding of the International Conference of Experimental and Numerical Investigations and New Technologies CNN TECH 2019, 2-5. July 2019, Zlatibor, Serbia, pp. 70-71, ISBN: 978-86-6060-009-9 (M34)
- 2.3.11. Milanović, N., Filipović, V., Cicvarić Kostić, S., Vlastelica Bakić, T., Okanović, M., Ješić, M. (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. (M34)

2.4. Радови објављени у научним часописима националног значаја (M50)

Пре избора у звање доцента

- 2.4.1. Дамњановић В., Матовић В., Цицварић Костић С., Окановић М. (2013). „Улога друштвене мреже LinkedIn у изградњи личног имиџа појединца“, Management - часопис за теорију и праксу менаџмента, 2012, бр. 65, стр. 15-24 (M51)
- 2.4.2. *Cicvarić Kostić, S., Okanović, M., Filipović, V., Damnjanović, V., Vukmirović, J.* (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)
- 2.4.3. Дамњановић В., Окановић М. (2011). “Менаџмент односа с купцима у продаји: Ставови менаџера компанија у Србији”, Инфо М, Vol. 37, ISBN: 1451-4397, стр. 4-8. (M52)

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

После избора у звање доцента

- 2.5.1. Окановић, М., Цицварић Костић, С., Стефановић, Т. Концепт и димензије предузетничко-маркетиншке оријентације, XXI Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "Развој пројектног менаџмента - савремене тенденције и методологије", 2-4. јун 2017, Златибор, Србија, 245-249, ISBN 978-86-86385-14-7 (M63)

Пре избора у звање доцента

- 2.5.2. Окановић М., Цицварић С., Властелица Бакић Т., (2015) „Улога купаца у развоју технолошких предузетничких подухвата“ X Скуп привредника и научника, СПИН’15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 542-548 (M63)
- 2.5.3. Стефановић Т., Окановић М., Дамњановић В. (2015) „Појам и карактеристике технолошког предузетништва“, X Скуп привредника и научника, СПИН’15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 195-202 (M63)
- 2.5.4. 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)



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

- 2.5.5. 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)
- 2.5.6. Деура Н, Окановић М, Властелица Бакић Т. (2011) „Комуникацијски пројекат као основ сарадње агенције и клијента“, XV интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Пројектни менаџмент у Србији – успеси и могућности“, Златибор, Србија, ISBN 978-86-86385-08-6, стр. 255-259. (M63)
- 2.5.7. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић, С. „Лични имиџ у контексту социјалних мрежа“, XII међународни симпозијум SymOrg 2010 „Организационе науке и менаџмент знања“, Златибор, 9-12. јун 2010. (ЦД издање) ISBN 978-86-7680-216-6 (M63)
- 2.5.8. Филиповић В., Дамњановић.В, Окановић.М., Жувела, З. (2009), “Маркетинг комуникација и медији у функцији изградње бренд идентитета апотекарског сектора Србије“, Друга међународна конференција, Маркетинг у фармацији, Суботица, Србија (M63)
- 2.5.9. Новчић Б., Филиповић В., Окановић М., Дамњановић В. (2009), “Примена стратегије релационог маркетинга у аутомобилској индустрији“, SPIN 09, VII Скуп привредника и научника: Операциони менаџмент и глобална криза, ISBN 978-86-7680-202-9, стр. 61-66. (M63)
- 2.5.10. Окановић М., Новчић Б., Јовић М. (2009), “Strategic marketing approach in high education“, XIII Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента „Пројектни менаџмент – визија и стратешки циљеви“, Златибор, Србија, ISBN 978-86-868385-04-8, стр. 351-355. (M63)
- 2.5.11. Окановић М., Петровић Н, “Еколошка срећа и фактори еколошке среће“, V скуп научника и привредника СПИН „Инжењеринг производње и услуга: примери из праксе“, Београд, ISBN 978-86-7680-131-2, стр. 275-278. (M63)
- 2.5.12. Окановић М., Гајић Б., Адамовић Ђ. (2006) "Стратешки маркетинг план компаније Делта Спорт", X Интернационални симпозијум SymOrg „Промене у организацији и менаџменту“, Златибор, Србија, (ЦД издање) (M63)

3. ОСТАЛЕ НАУЧНЕ И СТРУЧНЕ ПУБЛИКАЦИЈЕ

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

После избора у звање доцента

- 3.1.1. Госпић, Н., Вучковић, Д., Филиповић, В., Цицварић Костић С., Окановић, М. (2019). Смернице за развој женског дигиталног предузетништва, Београд: Академска мисао, ISBN 978-86-7466-797-2

- 3.1.2. Поповић, О., Филиповић, В., Цицварић Костић С., Окановић, М. (2018). Приручник за дигиталне предузетнице, Београд: Академска мисао, ISBN 978-86-7466-757-6

3.2. Пројекти, софтвер, друго

После избора у звање доцента

- 3.2.1. *Advanced Data Analytics in Business – ADA* (EACEA 598829-EPP-1-2018-1-RS-EPPKA2-SBHE-JP). Пројекат подржан стране Европске комисије у оквиру Еразмус+ програма, са циљем развоја и имплементације мастер студијских програма у област напредне анализе података на три универзитета у Србији, 2021-, сарадник (<https://www.ada.ac.rs/>)
- 3.2.2. *Building Innovation Funnel - Venture an Idea* (DSI/BIF/2021/001), међународни пројекат Иницијативе Дигитална Србија и Факултета организационих наука са партнерима, подржан од стране Америчке агенције за међународни развој (USAID), руководилац пројектних активности ФОН-а, 2021-2025 (<https://www.preduzmi.rs/>)
- 3.2.3. Унапређење маркетиншког приступа пословању кроз кокреирање вредности (uniri-drustv-18-235-1399), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија, Словенија), члан тима, 2019-2021 (https://www.efri.uniri.hr/hr/unaprjedenje_marketinskog_pristupa_poslovanju_kroz_sukreiranje_vrijednosti/1305/259).
- 3.2.4. Кокреирање вредности као нова парадигма пословних оријентација (ZP 9/2017), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија), члан тима, 2017-2019 (https://www.efri.uniri.hr/hr/sukreiranje_vrijednosti_kao_nova_paradigma_poslovnih_orijentacija/1507/262).
- 3.2.5. Инфраструктура за електронски подржано учење у Србији (III-47003), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, сарадник, 2018-
- 3.2.6. Примена мултимодалне биометрије у менаџменту идентитета (TP-32013), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, сарадник, 2011-2018.
- 3.2.7. *University to Society Innomediaries in Albania: Co-Production of knowledge and research that matters – U-SIA* (618997-EPP-1-2020-1-AL-EPPKA2-SBHE-JP), Пројекат изградње капацитета у високом образовању који финансира Еразмус+ програм Европске уније, 2021-2023, предавач (<https://usia.al/>)
- 3.2.8. Развој и имплементација стратегије промоције студијских програма Мултидисциплинарних мастер академских и докторских Студија при Универзитету у Београду, 2018-2020, руководилац тима.
- 3.2.9. Ефективна комуникација у доба дигитализације, обуке за руководиоце у Телекому Србија, предавач, 2018, 2019.
- 3.2.10. Развој и имплементација стратегије дигиталне промоције студијских програма мастер студија ФОН-а, 2018-2019, руководилац тима.
- 3.2.11. Дигиталне и предузетничке вештине за жене у руралним подручјима, Удружење Једнаке могућности и *UN Women*, предавач, 2018-2019.



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

- 3.2.12. *LUKOWA Academie*, радионице и такмичење у решавању студије случаја за студенте Факултета организационих наука, Економског факултета и Пољопривредног факултета, *LUKOWA Food AG*, ФОН и *USAID*, члан тима, 2018, 2019 и 2021. године.
- 3.2.13. *Symorg Case Study Hackathon 2018*, студентско такмичење у решавању студије случаја и програмирању, руководилац пројекта, 2018 (<http://symorg.fon.bg.ac.rs/casestudyhackathon/>)
- 3.2.14. *Innovation Award for Millennials „I AM FCA“*- пројекат унапређења искуства миленијалаца и развој иновативних идеја за аутомобилску индустрију, *FCA* - Фиат Крајслер Аутомобили, члан тима, 2018 (<https://www.fiatakcija.com/i-am-fca/>).

Пре избора у звање доцента

- 3.2.15. Стратегија комуникације града Панчева 2017-2020, *GBP Consulting*, члан тима, 2016-2017
- 3.2.16. 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.
- 3.2.17. Израда визуелног идентитета и књиге графичких стандарда за *MLC* Факултет за менаџмент и право, Љубљана, Словенија, 2011.
- 3.2.18. 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.
- 3.2.19. Израда етичког кодекса Факултета и правила пословног понашања, комуникације и облачења (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010.
- 3.2.20. Израда новог визуелног идентитета ФОН-а и књиге графичких стандарда (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010
- 3.2.21. *Skills@Work Challenge* (супервизор за јавни наступ такмичења за младе таленте из средњих школа, из девет земаља Југоисточне Европе), *Junior Achievement Young Enterprise Europe* и *British Council*, 2009.
- 3.2.22. *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.

У табели 2. је дат сумарни преглед научних резултата др Милана Окановића, по категоријама радова.

Табела 2: Преглед научних публикација по категоријама радова

Име и презиме: Др Милан Окановић	Звање у које се бира: Доцент		Ужа научна област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	
Научне публикације	Број публикација у којима је први или једини аутор		Број публикација у којима је аутор, али није једини или први	
	Пре последњег избора	После последњег избора	Пре последњег избора	После последњег избора
Поглавље у међународној монографији (M14)	-	1	-	-
Рад у међународном часопису (M23)	-	-	1	2
Рад у националном часопису међународног значаја (M24)	-	-	-	-
Предавање по позиву са међународног скупа објављено у изводу (M32)	-	-	-	-
Рад у зборнику са међународног научног скупа објављен у целини (M33)	2	1	4	2
Саопштење са међународног скупа објављено у изводу (M34)	1	-	1	-
Рад у водећем националном часопису (M51)	-	-	3	-
Рад у истакнутом националном часопису (M52)	-	-	-	-
Рад у зборнику са националног научног скупа објављен у целини (M63)	6	1	5	-
Рад у зборнику са националног научног скупа објављен у изводу (M64)	-	-	-	-

4. АНАЛИЗА ОДАБРАНИХ РАДОВА

Анализа докторске дисертација

Наслов дисертације је „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“. Дисертација је написана на 222 стране, има 58 табела, 27 слика и 299 литературних навода.

У оквиру дисертације развија се свеобухватни модел маркетиншке оријентације којим се објашњава успешност процеса развоја технолошких предузетничких подухвата. Овај модел разматра утицај компонената маркетиншке и предузетничке оријентације као и компоненте непосредног и ширег окружења на дефинисани успех процеса развоја технолошких предузетничких подухвата. Резултати су засновани на примарним подацима добијеним емпиријским истраживањем.

Доприноси истраживања спроведеног у докторској дисертацији кандидата Милана Окановића могу се поделити на научне и стручне доприносе. Научни доприноси огледају се у:

- прегледу доступне академске литературе и синтези досадашњих научних и стручних знања у области технолошког предузетништва, предузетничког маркетинга, маркетиншке и предузетничке оријентације и улози стејхолдера у развоју технолошких стартапа;
- идентификовању улоге и утицаја пословне оријентације на развој стартапа,
- дефинисаном новом теоријском конструкту успеха развоја технолошких стартапа и развоју новог начина мерења нивоа успеха,
- развоју новог свеобухватног модела утицаја маркетинга на успех технолошких стартапа;
- дефинисаном новом начину мерења учинка ментора у развоју технолошких стартапа,
- већој заступљености области маркетинга у технолошком предузетнишву кроз већ публиковане научне радове који су проистекли из докторске дисертације.

Стручни доприноси докторске дисертације огледају се у:

- примени резултата истраживања на процес развоја технолошких стартапа, идентификовањем основе за креирање вредности предузетничке понуде,
- хронолошкој систематизацији циљева у процесу развоја технолошких предузетничких подухвата,
- креирању инструмената за мерење утицаја компонената маркетиншке и предузетничке оријентације на успех развоја технолошких стартапа, што је у дисертацији и проверено на узорку технолошких предузетничких подухвата у Србији
- идентификовању нивоа утицаја окружења (конкурентност и менторство) на успех развоја технолошких предузетничких подухвата у пословној пракси;
- креирању основе за развој личних карактеристика особина појединаца који покрећу стартапе.
- примени модела у пословној пракси у циљу унапређења процеса развоја технолошких стартапа,
- доприносу домаћој стручној литератури која у овој области није у довољној мери развијена.

Друштвени доприноси докторске дисертације огледају се у идентификовању улоге бизнис оријентације у пословној одрживости, смањењу неуспеха и подстицају развоја и раста технолошких предузетничких подухвата, чиме се директно подстиче покретање нових, и развој конкурентне привреде унапређењем развоја постојећих предузетничких подухвата, додатној промоцији технолошког предузетништва и предузетничког начина размишљања.

Анализа научних публикација

2.1.1. *Okanović M.Ž., Jevtić M.V., Stefanović T.D. (2021) Organizational Changes in Development Process of Technology Startups. поглавље у монографији: Experimental and Computational Investigations in Engineering. vol 153. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58362-0_13 (M14)*

Организациони раст и развој подстакнути су променама које настају као резултат развоја пословања. Ове организационе промене се у теорији најчешће објашњавају као реакција на насталу кризу, која се завршава преласком из једне у другу фазу организационог развоја. Док је у теорији ова тема значајно истражена у оквиру традиционалних организационих облика, промене које настају у процесу развоја нових технолошких стартапа су недовољно истражене. У процесу постизања пословног успеха у веома турбулентном окружењу, ове привремене организације траже поновљив и скалабилан пословни модел који ће континуирано испоручивати вредност растућем броју купаца. У процесу развоја нових технолошких стартапа, јавља се потреба за континуираним променама и усклађивањем унутар организационих елемената како би се остварили циљеви. У овом раду објашњавају се кључне промене које се дешавају у раним фазама развоја технолошких стартапа, са циљем да се разраде најважнији елементи ових промена који би требало да доведу до успешног развоја технолошких стартапа.

2.2.1. *Vlastelica T., Cicvarić Kostić S., Okanović M., Milosavljević M. (2018). How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Reputation? The evidence from an emerging market, JEEMS - Journal of East European Management Studies, 23(1): 6-25, ISSN 0949-6181, ISSN online: 0949-6181, DOI: 10.5771/0949-6181-2018-1-10, IF(2018): 0.57 (M23)*

Поред економског раста и конкурентности, од компанија се очекује да у своје операције укључе и бригу о друштву и животној средини. За иницијативе корпоративне друштвене одговорности се тврди да имају утицај на перцепцију корпоративне репутације од стране стејкхолдера. Циљ истраживања приказаног у овом раду је да идентификује специфичне елементе друштвене одговорности који имају утицаја на репутацију и да измери њихов појединачни утицај. Резултати су показали да елементи корпоративне друштвене одговорности утичу на корпоративну репутацију, као и да интензитет ове везе варира у зависности од елемента. Значајне разлике забележене су између грађана и специфичних стејкхолдера, као и између различитих група стејкхолдера. Поред тога, студија је идентификовала умерени утицај демографских фактора (старости и пола испитаника) на везу између корпоративне друштвене одговорности и корпоративне репутације. Резултати истраживања су дали научни допринос доказивањем и мерењем утицаја корпоративне друштвене одговорности на корпоративну репутацију из перспективе грађана и из перспективе стејкхолдера.

2.2.3. *Cicvarić Kostić, S., Okanović, M., Milosavljević, M., Vukmirović, J. (2013). Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia, TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences, 40E, 22-34, Print ISSN 1842-2845, Online ISSN 2247-8310, IF(2013)=0.532 (M23)*

У оквиру овог рада испитује се перцепција коју грађани имају о детерминантама 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.

2.3.3. Okanović, M., Smiljić, T., Cicvarić Kostić, S. (2018) The analysis of content used in political campaigns: does context matter? XVI International Symposium SYMORG 2018 "Doing Business in the Digital Age: Challenges, Approaches and Solutions", 7-10. јун 2018, Златибор, Србија, 603-608, ISBN 978-86-7680-361-3 (M33)

Последњих година друштвени медији су постали незаменљив алат у политичким кампањама. У овом раду аутори се баве квалитативним истраживањем контекста садржаја које политички актери постављају на друштвене мреже током изборних кампања. У првом делу рада описан је политички маркетинг и његови еволуциони периоди. Будући да савремене фазе подразумевају коришћење друштвених медија, у раду је посебна пажња посвећена овој теми. Због високе релевантности садржаја на друштвеним мрежама, објашњен је концепт маркетинга садржајем, као и квалитативна анализа овог садржаја у политичким кампањама. У раду је предложена методологија за квалитативну анализу контекста објава политичких актера на друштвеним медијима која је тестирана током политичких кампања локалних избора у Београду 2018. године. Резултати у раду дали су стратешки приступ квалитативном планирању садржаја у политичким кампањама на друштвеним мрежама.

IV ОЦЕНА ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР

На основу увида у конкурсни материјал, Комисија је закључила да др Милан Окановић у потпуности испуњава услове конкурса. У табели 3. приказан је сумарни приказ испуњености услова кандидата др Милана Окановића.

Табела 3. Сумарни приказ испуњености услова кандидата др Милана Окановића

Услови предвиђени законом за избор у звање доцент	Минимални услови	Испуњеност критеријума кандидата др Милан Окановић
ОПШТИ УСЛОВ:	Научни назив доктора наука из научне области за коју се бира стечен на акредитованом универзитету и акредитованом студијском програму у земљи или диплома доктора наука стечена у иностранству, призната у складу са Законом о високом образовању	Докторска дисертација одбрањена је 27.09.2016. године на Факултету организационих наука Универзитета у Београду из уже научне области за коју је расписан конкурс.
ОБАВЕЗНИ УСЛОВИ:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приступно предавање из области за коју се бира, позитивно оцењено од стране високошколске установе. 2. Позитивна оцена педагошког рада у студентским анкетама током целокупног претходног изборног периода (ако га је било). 3. Објављен један рад из категорије М20 или три рада из категорије М51 из научне области за коју се бира. 4. Саопштен један рад на научном скупу, објављен у целини (М31, М33, М61, М63). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кандидат је обавио приступно предавање на Факултету организационих наука 25.1.2017. године под називом „Маркетинг истраживање у функцији заједничког креирања вредности са купцима“. Кандидат од 2007. године изводи наставу у оквиру предмета из уже научне области за коју се бира на основним академским и мастер академским студијама. 2. Током наставног рада на Факултету организационих наука, кандидат др Милан Окановић је био оцењиван високим просечним оценама (> 4,5). 3. Објављена три рада из категорије М20. 4. Кандидат има саопштен 21 рад из категорија (М33, М63)
ИЗБОРНИ УСЛОВИ (минимално 2 од 3 услова)	Ближе одреднице (најмање по једна из 2 изборна услова)	Испуњеност критеријума кандидата др Милан Окановић
ИЗБОРНИ УСЛОВ 1:	СТРУЧНО - ПРОФЕСИОНАЛНИ ДОПРИНОС <ol style="list-style-type: none"> 1. Председник или члан уређивачког одбора научних часописа или зборника радова у земљи или иностранству. 2. Председник или члан организационог или научног одбора на научним скуповима националног или међународног нивоа. 3. Председник или члан комисија за израду завршних радова на академским мастер или докторским студијама. 4. Руководилац или сарадник на домаћим и међународним научним пројектима. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Члан организационог одбора међународних научних симпозијума <i>SymOrg</i> 2012 и <i>SymOrg</i> 2014. године 3. Кандидат Милан Окановић био је председник комисије (ментор) на 12 а члан комисије на 25 завршних радова мастер академских студија. Кандидат је био члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације у иностранству. 4. Кандидат Милан Окановић био је сарадник на 2 домаћа и 2 међународна научна пројекта
ИЗБОРНИ УСЛОВ 2:	ДОПРИНОС АКАДЕМСКОЈ И ШИРОЈ ЗАЈЕДНИЦИ <ol style="list-style-type: none"> 1. Чланство у страним или домаћим академијама наука, чланство у стручним или научним асоцијацијама у које се члан бира. 2. Председник или члан органа управљања, стручног органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству. 3. Члан националног савета, стручног, 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Др Милан Окановић био је члан Већа основних академских студија. 4. Кандидат др Милан Окановић има више учешћа у наставним активностима ван студијског програма кроз учешће у реализацији едукативних програма, семинара и тренинга, а био је и ментор студената на међународним

	<p>законодавног или другог органа и комисије министарстава.</p> <p>4. Учешће у наставним активностима ван студијских програма (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција, програми едукације наставника) или у активностима популаризације науке.</p> <p>5. Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке</p>	<p>такмичењима у решавању пословних студија случаја.</p>
ИЗБОРНИ УСЛОВ 3:	<p>САРАДЊА СА ДРУГИМ ВИСОКОШКОЛСКИМ, НАУЧНО-ИСТРАЖИВАЧКИМ УСТАНОВАМА, ОДНОСНО УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ ИЛИ УМЕТНОСТИ У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ</p> <p>1. Руковођење или учешће у међународним научним или стручним пројектима и студијама</p> <p>2. Радно ангажовање у настави или комисијама на другим високошколским или научноистраживачким институцијама у земљи или иностранству, или звање гостујућег професора или истраживача.</p> <p>3. Руковођење радом или чланство у органу или професионалном удружењу или организацији националног или међународног нивоа.</p> <p>4. Учешће у програмима размене наставника и студената.</p> <p>5. Учешће у изради и спровођењу заједничких студијских програма</p> <p>6. Предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству</p>	<p>1. Др Милан Окановић учествовао је у више међународних научних и стручних пројеката.</p> <p>2. Као предавач, гостовао на Економском факултету Универзитета у Ријеци, Хрватска, на специјалистичким студијама Маркетинг менаџмент, на предмету Корпоративне комуникације, као и на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Северна Македонија, на магистарским студијама Управљање стратегијским комуникацијама, на предмету Бренд и креативна стратегија. Члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације на Католичком универзитету у Лувену (Белгија).</p> <p>5. Предавач на заједничким мастер академским студијама Факултета организационих наука Универзитета у Београду и Факултета за управу Универзитета у Љубљани на предмету Односи с јавношћу.</p> <p>Учешће на заједничком студијском програму мастер академских студија, „Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији“, Факултета организационих наука и Електротехничког факултета Универзитета у Београду</p>

ЗАКЉУЧАК

Прегледом приложене документације, Комисија је утврдила да су се на конкурс у предвиђеном року пријавио један кандидат, др Милан Окановић.

Кандидат др Милан Окановић испуњава формалне услове прописане Законом о високом образовању, Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и Статутом Факултета организационих наука за избор наставника у звање доцента.

Кандидат др Милан Окановић поседује вишегодишње искуство у раду са студентима на извођењу предавања и вежби на предметима из уже научне области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације на основним и мастер академским студијама на Факултету организационих наука Универзитета у Београду. Такође, кандидат поседује потребне квалификације и испуњава прописане услове за избор у звање доцента.

На основу изложеног, а ценећи научне, стручне и педагошке резултате кандидата др Милана Окановића, Комисија предлаже Декану Факултета и Изборном већу Факултета организационих наука да прихвати Извештај Комисије да се кандидат др Милан Окановић изабере у звање доцента на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, на одређено време од пет година, са пуним радним временом.

У Београду, 29.10.2021.г.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

др Славица Цицварић Костић, редовни професор
Факултет организационих наука Универзитета у Београду
председник

др Велимир Штављанин, редовни професор
Факултет организационих наука Универзитета у Београду
члан

др Саша Вељковић, редовни професор
Економски факултет Универзитета у Београду
члан