

**В)ГРУПАЦИЈА ТЕХНИЧКО-ТЕХНОЛОШКИХ НАУКА**

**С А Ж Е Т А К  
РЕФЕРАТА КОМИСИЈЕ О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА  
ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ**

**I - О КОНКУРСУ**

Назив факултета: Факултет организационих наука  
Ужа научна, односно уметничка област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације  
Број кандидата који се бирају: 1 (један)  
Број пријављених кандидата: 1 (један)  
Имена пријављених кандидата:  
1. др Дејана Николић

**II - О КАНДИДАТИМА**

**1) - Основни биографски подаци**

- Име, средње име и презиме: Дејана, Иван, Николић  
- Датум и место рођења: 1.4.1988, Кикинда  
- Установа где је запослен: Факултет организационих наука, Универзитет у Београду  
- Звање/радно место: Асистент са одбрањеним приступним радом  
- Научна, односно уметничка област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације

**2) - Стручна биографија, дипломе и звања**

Основне студије:  
- Назив установе: Факултет организационих наука, Универзитет у Београду  
- Место и година завршетка: Београд, 2012. година

Мастер:  
- Назив установе: Факултет организационих наука, Универзитет у Београду  
- Место и година завршетка: Београд, 2013. година.  
- Ужа научна, односно уметничка област: Мултимедијалне комуникације и односи с јавношћу

Мастер:  
- Назив установе: Факултет организационих наука, Универзитет у Београду  
- Место и година завршетка: Београд, 2020. година.  
- Ужа научна, односно уметничка област: Маркетинг инжењеринг и комуникације

Докторат:  
- Назив установе: Факултет организационих наука, Универзитет у Београду  
- Место и година одбране: Београд, 2022.  
- Наслов дисертације: Моделовање и развој методолошког приступа управљању маркетиншким активностима у креативним индустријама  
- Ужа научна, односно уметничка област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације

Досадашњи избори у наставна и научна звања:

- 2018 - сарадник у настави за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду
- 2019 - сарадник у настави за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду
- 2020 - асистент за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду
- 2021 - асистент са одбрањеним приступним радом за ужу научну Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду

### 3) Испуњени услови за избор у звање доцента

#### ОБАВЕЗНИ УСЛОВИ:

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	<b>оцена / број година радног искуства</b>
①	Приступно предавање из области за коју се бира, позитивно оцењено од стране високошколске установе	5
②	Позитивна оцена педагошког рада у студентским анкетама током целокупног претходног изборног периода	4,89
③	Искуство у педагошком раду са студентима	Четири године на Факултету организационих наука

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	<b>Број менторства / учешћа у комисији и др.</b>
④	Резултати у развоју научнонаставног подмлатка	Члан комисије за одбрану 45 завршних радова на основним академским студијама
5	Учешће у комисији за одбрану три завршна рада на академским специјалистичким, мастер или докторским студијама	Није применљиво

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	<b>Број радова, сапштења, цитата и др</b>	<b>Навести часописе, скупове, књиге и друго</b>
⑥	Објављен један рада из категорије М21, М22 или М23 из научне области за коју се бира	М22: 3	Радови под редним бројевима 1, 2, 3
⑦	Саопштена два рада на научном или стручном скупу (категорије М31-М34 и М61-М64).	М33 – 13 М34 – 1 М35 – 2 М63 - 9	Радови под редним бројевима 5, 6; 8-18 Рад под редним бројем 7 Радови под редним бројевима 19,20 Радови под редним бројевима 21-29

8	Објављена два рада из категорије M21, M22 или M23 од првог избора у звање доцента из научне области за коју се бира		Није применљиво
9	Саопштена три рада на међународним или домаћим научним скуповима (категирије M31-M34 и M61-M64) од избора у претходно звање из научне области за коју се бира.		Није применљиво
10	Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту	5	Учесник на пројектима: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дејана Николић је била сарадник на пројекту “Унапређење маркетинг логистичких процеса и институционалног идентитета Правног факултета Универзитета у Београду” (2019-2020).</li> <li>- Дејана Николић је била сарадник на пројекту пројекту “Стратегија корпоративне комуникације НИС-а” (2019-2020).</li> <li>- Дејана Николић је била сарадник на ЕУ пројекту “Брза интеграција на тржиште рада за држављане трећих земаља” (2019).</li> </ul>
12	Објављен један рад из категорије M21, M22 или M23 у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира. <i>(за поновни избор ванр. проф)</i>		Није применљиво
13	Саопштена три рада на међународним или домаћим научним скуповима (категирије M31-M34 и M61-M64) у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира. <i>(за поновни избор ванр. проф)</i>		Није применљиво
14	Објављена два рада из категорије M21, M22 или M23 од првог избора у звање ванредног професора из научне области за коју се бира.		Није применљиво
15	Цитираност од 10 хетеро цитата		Није применљиво
16	Саопштено пет радова на међународним или домаћим скуповима (категирије M31-M34 и M61-M64) од којих један мора да буде пленарно предавање или предавање по позиву на међународном или домаћем научном скупу од избора у претходно звање из научне области за коју се бира		Није применљиво
17	Књига из релевантне области, одобрен уџбеник за ужу област за коју се бира, поглавље у одобреном <u>уџбенику за ужу област за коју се</u>		Није применљиво

	бира или превод иностраног уџбеника одобреног за ужу област за коју се бира, објављени у периоду од избора у наставничко звање		
18	Број радова као услов за менторство у вођењу докт. дисерт. – (стандард 9 Правилника о стандардима...)	3	Радови под редним бројевима 1, 2, 3

#### Радови објављени у часописима међународног значаја (M20)

1. **Николић, Д., Костић-Станковић, М.** (2022). *Improving the Economic Sustainability of the Fashion Industry: A conceptual Model Proposal. Sustainability, 14(8), 4726.*  
DOI: <https://doi.org/10.3390/su14084726> **M22**
2. **Николић, Д., Костић-Станковић, М., Јеремић, В.** (2022). *How does genre preference influence the importance of film marketing mix elements: evidence during the COVID-19 pandemics, Economic Research-Ekonomska Istraživanja*  
а. DOI: [10.1080/1331677X.2022.2080734](https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2080734) **M22**
3. **Николић, Д., Костић-Станковић, М., Јеремић, В.** (2022). *Market Segmentation in the Film Industry Based on Genre Preference: the Case of Millennials. Engineering Economics, 33(2), 215-228.*  
а. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.ee.33.2.30616> **M22**
4. **Николић, М., Маричић, М., Николић, Д.** (2021). *Consumers' Perception of CSR Activities: What Does it Mean for Companies?. Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies.* DOI: <https://doi.org/10.7595/management.fon.2021.0017> **M24**

#### Радови саопштени на скупу међународног значаја (M30)

5. **Костић-Станковић, М., Маричић, М., Милошев, Д.** (2020). *Exploring the factors which impact the promotion and WOM in the movie industry: The case of millennials, XVII International Symposium SymOrg 2020 – Business and Artificial Intelligence, Септембар 07-09, Онлајн, Србија, 602-609.* ISBN: 978-86-7680-385-9. **M33**
6. **Милошев, Д., Глигоријевић, Е., Јошић, И.** (2020). *Artificial intelligence in marketing, XVII International Symposium SymOrg 2020 – Business and Artificial Intelligence, Септембар 07-09, Онлајн, Србија, 616-23.* ISBN: 978-86-7680-385-9. **M33**
7. **Николић, Д., Костић-Станковић, М., Кнежевић, И.** (2019). *Leading disruptive changes in creative industries, 7<sup>th</sup> International OFEL Conference, Dubrovnik, Croatia, 70-71.* ISBN: 2459-6434. **M34**
8. **Николић, Д., Василић, С., Тибо, А.** (2018). *Integration of online and offline communication activities in event management. SYMORG 2018 Conference, Златибор, Србија, 515-523.* ISBN: 978-86-7680-295-11. **M33**
9. **Ланговић, А., Костић-Станковић, М., Николић, Д.** (2018), *Tendencies of contemporary marketing communication in digital environment, online and offline communication activities in event management. SYMORG 2018 Conference, Златибор, Србија, 553-562.* ISBN: 978-86-7680-361-3. **M33**
10. **Милошев, Д., Југовић, Т., Василић, С.** (2017). *The contemporary model of the creative industries development. ECIN 2017: International economics and management conference. Belgrade, Serbia, 41-47.* ISBN: 978-86-7329-105-5. **M33**
11. **Милошев, Д., Костић-Станковић, М., Вукмировић, В.** (2017). *Role of Education Market for Creative Industres, EduLearn 2017 Conference, Barcelona, Spain, 9920-9928.* ISBN: 978-84-697-3777-4. **M33**
12. **Костић-Станковић, М., Милошев, Д., Јовић, М.** (2017). *Analysis of branding significance in creative industries. ECIN 2017: International economics and management conference. Београд, Србија, 199-206.* ISBN: 978-86-7329-105-5. **M33**

13. Мартић, М., Костић-Станковић, М., **Милошев, Д.** (2016), *Determination of optimal dynamics of contracts in cultural exchange of students. 43rd Symposium on Operational Research SYM-OP-IS 2016*, Златибор, Србија, 465-469. ISBN: 978-86-335-0535-2. **M33**
14. Југовић, Т., **Милошев, Д.**, Вукмировић, В. (2016), *Reshaping the future of communication by reshaping CRM. SYMORG 2016 Conference*, Златибор, Србија, 133- 138. ISBN: 978-86-7680-295-11. **M33**
15. Василић, С., **Милошев, Д.** (2016). *Sustainable development of strategic brand partnership. SYMORG 2016 Conference*, Златибор, Србија, 926-932. ISBN: 978-86- 7680-326-2. **M33**
16. **Милошев, Д.**, Југовић, Т., Ступар, А. (2016). *Green marketing. ECIN 2016: International economics and management conference*. Београд, Србија, 309-315. ISBN: 978-86-7329-100-0. **M33**
17. **Милошев, Д.**, Јовановић, В., Југовић, Т. (2016). *Analysis of indicators for measuring sustainable devolpment. ECIN 2016: International economics and management conference*, Београд, Србија, 323-329. ISBN: 978-86-7329-100-0. **M33**
18. Јовановић, В., **Милошев, Д.** (2016). *Informal education and its role in contemporary society. ECIN 2016: International economics and management conference*. Београд, Србија, 115-121, ISBN: 115-123978-86-7329-100-0. **M33**
19. Јакић, Г., Костић-Станковић, М., **Милошев, Д.** (2016). *Reshaping the future of communications in local governement. Econophysics, Sociophysics & MultidisciplinarySciences Journal – ESMSJ*, 6(2). ISSN: 2247-2479. **M35**
20. Костић-Станковић, М., Мартић, М., Ђурић, В., **Милошев, Д.** (2020), *Reshaping the Future of Higher Education Organizations through Strategic Communications Based on Sustainable Development. 12<sup>th</sup> International Congress of Higher Education*, Havana, Cuba. ISBN: 978-959-16-4408-4 **M35**

#### Радови саопштени на скупу националног значаја (M60)

21. **Николић, Д.**, Костић-Станковић, М. (2021). Промене у комуникацији брендова током пандемије COVID-19. СЕМА 2021, Трећа конференција српског удружења за маркетинг “Изазови и перспективе маркетинга”, Новембар 05-07, Златибор, Србија, 27-29. ISBN: 978-86-903768-0-3. **M63**
22. **Милошев, Д.**, Југовић, Т., Ђорић, Н. (2019). Изазови управљања маркетиншким комуникацијама у креативним индустријама. СЕМА 2019, Златибор, Србија, 298-305. ISBN: 978-86-7852-056-3. **M63**
23. Штавланин, В., Југовић, Т., **Милошев, Д.** (2019). Унапређење квалитета услуга применом кључних индикатора перформанси. СЕМА 2019, Златибор, Србија, 353- 360. ISBN: 978-86-7852-056-3. **M63**
24. Костић-Станковић, М., **Николић, Д.** (2018). Изазови агилног планирања у маркетингу и односима с јавношћу. ИПМА 2018, Београд, Србија, Београд, 174-178, ISBN::978-86-86385-15-4. **M63**
25. **Николић, Д.**, Јаничић, Р., Цвијовић, Ј. (2018). Агилно управљање комуникацијама у креативним индустријама. ИПМА 2018, Београд, Србија, 219-225. ISBN:978-86- 86385-15-4. **M63**
26. Костић-Станковић, М., **Милошев, Д.**, Јовановић, В. (2016). Етички аспект медијских комуникација у туризму. Јахорински пословни форум 2016, Јахорина, Босна и Херцеговина, 63-65. ISBN: 978-99976-610-2-9. **M63**
27. Цвијовић, Ј., Југовић, Т., **Милошев, Д.** (2016). Компарација директног и индиректног оглашавања у области туризма. Јахорински пословни форум 2016, Јахорина, Босна и Херцеговина, 60-63. ISBN: 978-99976-610-2-9. **M63**
28. **Милошев, Д.**, Јовановић, В., Стојановић, Љ. (2015). Аспекти етичности у медијским комуникацијама. СПИН 2015, Београд, Србија, 510-515. ISBN: 978-86-7680-320-0. **M63**
29. Јовановић, В., **Милошев, Д.** (2015). Медијске комуникације у локалној самоуправи. СПИН 2015, Београд, Србија, 519-526, ISBN: 978-86-7680-320-0. **M63**

#### Одбрањена докторска дисертација (M70)

1. **Николић, Д. (2022).** *Моделовања и методолошки приступ управљању маркетиншким активностима у креативним индустријама*, Универзитет у Београду, Факултет организационих наука. Ментор: проф. др Милица Костић-Станковић

#### ИЗБОРНИ УСЛОВИ:

(изабрати 2 од 3 услова)	Заокружити ближе одреднице (најмање по једна из 2 изабрана услова)
--------------------------	---

1. Стручно-професионални допринос	1. Председник или члан уређивачког одбора научног часописа или зборника радова у земљи или иностранству. 2. Председник или члан организационог одбора или учесник на стручним или научним скуповима националног или међународног нивоа. 3. Председник или члан у комисијама за израду завршних радова на академским специјалистичким, мастер и докторским студијама. 4. Аутор или коаутор елабората или студија. 5. Руководилац или сарадник у реализацији пројеката. 6. Иноватор, аутор или коаутор прихваћеног патента, техничког унапређења, експертиза, рецензија радова или пројеката. 7. Поседовање лиценце.
2. Допринос академској и широј заједници	1. Председник или члан органа управљања, стручног органа, помоћних стручних органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству. 2. Члан стручног, законодавног или другог органа и комисија у широј друштвеној заједници. 3. Руководјење активностима од значаја за развој и углед факултета, односно Универзитета. 4. Руководјење или учешће у ваннаставним активностима студената. 5. Учесће у наставним активностима који не носе ЕСПБ бодове (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција или сл.). 6. Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке.
3. Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, односно установама културе или уметности у земљи и иностранству	1. Учесће у реализацији пројеката, студија или других научних остварења са другим високошколским или научноистраживачким установама у земљи или иностранству. 2. Радно ангажовање у настави или комисијама на другим високошколским или научноистраживачким установама у земљи или иностранству, 3. Руководјење или чланство у органима или професионалним удружењима или организацијама националног или међународног нивоа. 4. Учесће у програмима размене наставника и студената. 5. Учесће у изради и спровођењу заједничких студијских програма. 6. Гостовања и предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству.

## 1. Стручно-професионални допринос

### 1.2 Председник или члан организационог одбора или учесник на стручним или научним скуповима националног или међународног нивоа.

- Дејана Николић је учествовала као аутор и коаутор са 16 радова на научним скуповима међународног значаја и 9 радова на научним скуповима националног значаја.
- Дејана Николић је 2022. године била ангажована у организацији XVIII интернационалног симпозијума SymOrg 2022 под називом "Sustainable business management and digital transformation: Challenges and Opportunities in the Post-COVID era" као члан техничког одбора скупа и члан маркетинг тима.

### 1.5 Руководилац или сарадник у реализацији пројеката

- Дејана Николић је била сарадник на пројекту “Унапређење маркетинг логистичких процеса и институционалног идентитета Правног факултета Универзитета у Београду” (2019-2020).
- Дејана Николић је била сарадник на пројекту пројекту “Стратегија корпоративне комуникације НИС-а” (2019-2020).
- Дејана Николић је била сарадник на ЕУ пројекту “Брза интеграција на тржиште рада за држављане трећих земаља” (2019).

**1.6** Иноватор, аутор или коаутор прихваћеног патента, техничког унапређења, експертиза, **рецензија радова** или пројеката.

Дејана Николић је рецензент међународних часописа:

- *Journal of Business and Industrial Marketing*
- *Journal of Marketing Management*

## **2. Допринос академској и широј заједници**

**2.1** Председник или **члан органа управљања**, стручног органа, помоћних стручних органа или комисија **на факултету** или универзитету у земљи или иностранству.

- *Дејана Николић је члан радне групе “Индентитет ФОН-а” при Факултету организационих наука*
- *Дејана Николић је члан Центра за односе с јавношћу, при Катедри за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу, при Факултету организационих наука*

**2.4.** Руковођење или учешће у ваннаставним активностима студената.

- *Дејана Николић је била ангажована у својству члана комисије при такмичењу High School Case Study Competition 2021, под организацијом студената при Case Study Club-у Факултета организационих наука.*
- *Дејана Николић је била ментор студентима прве године Факултета организационих наука (генерација 2019/2020).*
- *Дејана Николић је на позив Савеза студената Факултета организационих наука одржала уводно предавање и тиме отворила девету по реду Конференцију студената Факултета организационих наука – КСОН (2019).*

**2.5.** Учешће у наставним активностима који не носе ЕСПБ бодове (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција или сл.).

- *Дејана Николић је завршила тренинг под покровитељством ЕУТА (European Training Academy) за развој, писање и управљање Хоризон пројектима, под називом “Horizon Europe Project Development, Proposal Writing and Project Management” (2022)*

**3. Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, односно установама културе или уметности у земљи иностранству**

**3.3.** Руковођење или **чланство** у органима или професионалним **удружењима** или организацијама **националног** или међународног **нивоа**.

- *Дејана Николић је члан СЕМА удружења, Српског удружења за маркетинг.*

## **III - ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ И ПРЕДЛОГ КОМИСИЈЕ**

На конкурс за избор у звање доцента, са пуним радним временом, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, пријавио се један кандидат, др Дејана Николић.

На основу документације коју је кандидат приложио, као и одржаног приступног предавања, Комисија констатује да кандидат, др Дејана Николић, испуњава све услове предвиђене Законом о високом образовању Републике Србије и Статутом Факултета организационих наука Универзитета у Београду, за избор у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Кандидат, др Дејана Николић поседује изузетне научне, стручне и педагошке квалитете који превазилазе формалне услове, нарочито у наставним и педагошким активностима које су студенти оценили високим оценама. До сада је објавила 29 научних радова од којих се посебно истичу три рада из категорије М22. Учествовала је у реализацији три научноистраживачка и стручна пројеката. Такође, укључена је у ваннаставне активности студената и менторства студентима прве године Факултета организационих наука. Била је члан и техничких одбора конференција, рецензент научних радова, члан је националног удружења.

Анализирајући научне, стручне и педагошке квалитете др Дејане Николић, а на основу објављених научних и стручних публикација, постигнутих резултата у науци, спроведених бројних анкета о вредновању педагошког рада сарадника, као и на основу одржаног приступног предавања, Комисија констатује да резултати кандидата у квалитативном и квантитативном смислу превазилазе законске услове за избор у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

Ценећи научне, стручне и педагошке резултате кандидата, Комисија предлаже Декану и Изборном већу Факултета организационих наука, да се др Дејана Николић изабере у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, на одређено време од пет година, са пуним радним временом, као и да се предлог упути Већу научних области техничких наука Универзитета у Београду, на коначно усвајање.

У Београду, 12.10.2022. године

#### ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

.....  
др Милица Костић-Станковић, редовни професор,  
Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, председник

.....  
др Велимир Штавланин, редовни професор,  
Факултет организационих наука, Универзитет у Београду

.....  
др Тамара Властелица, ванредни професор,  
Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, члан

.....  
др Марија Јовић, ванредни професор,  
Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, члан

.....  
др Дејан Молнар, ванредни професор,  
Економски факултет, Универзитет у Београду, члан