

ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА
УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ
Јове Илића 154, Београд

ИЗБОРНОМ ВЕЋУ ФАКУЛТЕТА ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

Предмет: Избор једног наставника у звање доцента за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука, Универзитета у Београду, 05-02 бр. 4/75-1 од 08.09.2022. 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.

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука, Универзитета у Београду, 05-02 бр. 4/75-1 од 08.09.2022. године, именовани смо за чланове Комисије за припрему Извештаја о пријављеним кандидатима, у следећем саставу:

1. **др Милица Костић-Станковић**, редовни професор Факултета организационих наука, Универзитет у Београду – председник комисије,
2. **др Велимир Штављанин**, редовни професор Факултета организационих наука, Универзитет у Београду – члан комисије,
3. **др Тамара Властелица**, ванредни професор Факултета организационих наука, Универзитет у Београду – члан комисије,
4. **др Марија Јовић**, ванредни професор Факултета организационих наука, Универзитет у Београду – члан комисије,
5. **др Дејан Молнар**, ванредни професор Економског факултета, Универзитет у Београду – члан комисије.

Након увида у конкурсни материјал, Комисија упућује Декану и Изборном већу Факултета следећи

ИЗВЕШТАЈ

На конкурс, објављен у публикацији Националне службе за запошљавање „Послови“ бр. 1005 од 14.09.2022. године, у предвиђеном року пријавио се један кандидат, др Дејана Николић, која је поднела сву документацију захтевану конкурсом.

1. ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

I Биографски подаци о кандидату

Дејана Николић је рођена 1. априла 1988. године у Кикинди. Гимназију „Душан Васиљев“ у Кикинди је похађала од 2003. до 2007. године (општи смер) и завршила је са успехом 5,00 као носилац Вукове дипломе. Школске 2007/2008. је уписала Факултет организационих наука Универзитета у Београду - студијски програм Менаџмент и организација, модул Менаџмент. Дана 03.10.2012. године је дипломирала са оценом 10, на тему: „Стратегије развоја медијских кућа” и стекла звање дипломирани инжењер организационих наука. Током основних студија је остварила просечну оцену 8,75.

Школске 2012/2013. године је уписала мастер академске студије на Факултету организационих наука - студијски програм Менаџмент и организација, модул Мултимедијалне комуникације и односи с јавношћу. Дана 20.11.2013. године одбранила је завршни мастер рад са оценом 10, на тему: „Анализа утицаја медијских комуникација на ставове потрошача” (ментор: проф. др Милица Костић - Станковић). Током мастер академских студија је остварила просечну оцену 9,71.

Школске 2018/2019 године је уписала још једне мастер академске студије на Факултету организационих наука - студијски програм Менаџмент и организација, модул Маркетинг инжењеринг и комуникације. Положила је све испите, са просечном оценом 10,00 и одбранила мастер рад, на тему: „Допринос концептуализацији маркетинга у креативним индустријама анализом маркетинга филма и моде” (ментор: проф. др Велимир Штавланин). Школске 2015/16. године уписала је докторске академске студије на Факултету организационих наука, студијски програм „Информациони системи и квантитативни менаџмент“ - изборно подручје „Квантитативни менаџмент“. Положила је све испите са просечном оценом 10,00 и 08. јула 2022. године одбранила докторску дисертацију, на тему: „Моделовање и развоје методолошког приступа управљању маркетиншким активностима у креативним индустријама” (ментор: проф. др Милица Костић- Станковић). Њена докторска дисертација по предмету истраживања припада области техничких наука, подручју организационих наука, ужој научној области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

Дејана Николић је од 1. новембра 2018. године запослена на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, у својству сарадника у настави на Катедри за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу, а од 01. октобра 2020. године постаје асистент на истој Катедри. Дејана Николић поседује вишегодишње искуство у раду са студентима на основним и мастер академским студијама при Факултету организационих наука (ФОН). На акредитованим основним студијама на ФОН-у учествовала је у извођењу вежби на предметима: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг, Интегрисане маркетиншке комуникације, Вештине и технике пословне комуникације, Међународни маркетинг, Односи с медијима и Друштвено одговорни маркетинг. Такође, Дејана је

учествовала у извођењу вежби на предмету Односи с јавношћу, на енглеском језику. На мастер академским студијама учествовала је у извођењу вежби на предметима: Интегрисане пословне комуникације, Маркетинг менаџмент – холистички приступ, Маркетинг у јавном сектору, Медијске комуникације, Односи с јавношћу – стратегије и тактике, Односи с јавношћу и лобирање, Примењена маркетинг истраживања, Стратешке комуникације и Стратешки маркетинг и комуникације. Током свог ангажовања у својству асистента Дејана Николић је такође била члан 45 комисија за одбрану завршних радова на основним академским студијама.

У анонимној анкети Вредновање педагошког рада наставника је од почетка рада на Факултету организационих наука оцењена високим оценама (изнад 4,8). Такође, у зимском семестру школске 2019/2020. године била је именована за једну од прворангираних сарадника, за најбоље постигнуте резултате у настави, као и у зимском семестру 2021/2022. године. Током свог ангажовања у својству сарадника и асистента, Дејана Николић је својим гостујућим предавањем, на позив Савеза студената Факултета организационих наука, одржала уводно предавање на деветој Конференцији студената организационих наука и тиме отворила конференцију под називом „Ниси на интернету, не постојиш?“ (24. октобар 2019. године). Такође, током свог ангажовања на Факултету била је ментор студентима прве године Факултета организационих наука (генерација 2019/2020), као и својству члана комисије при такмичењу *High School Case Study Competition 2021*, под организацијом студената при *Case Study Club*-у Факултета организационих наука. Такође, Дејана је била и представник Факултета организационих наука на Сајму образовања и наставних средстава у Београду (октобар 2019. године). Током 2022. године учествовала је и 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. Такође, Дејана је члан и Центра за односе с јавношћу, при Катедри за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу на Факултету организационих наука, као и члан радне групе “Идентитет ФОН-а” при Факултету организационих наука. Дејана Николић је такође рецезент међународних часописа: *Journal of Business and Industrial Marketing* и *Journal of Marketing Management* и аутор преко 25 научних радова.

Током 2019. и 2020. године Дејана Николић је учествовала на пројектима националног и регионалног значаја. Била је сарадник на пројекту “Унапређење маркетинг логистичких процеса и институционалног идентитета Правног факултета Универзитета у Београду”. Такође, током 2019. године, Дејана Николић је била ангажована на активностима на ЕУ пројекту “Брза интеграција на тржиште рада за држављане трећих земаља”. Од децембра 2019. године до августа 2020. године Дејана Николић је била ангажована у својству секретара пројекта „Стратегија корпоративне комуникације НИС-а”.

Од 2013. до 2015. године, Дејана Николић је радила као асистент маркетинг менаџера у интернационалној компанији „*Retail Group Balkans*”. Током 2015. године била је ангажована на пројекту америчке компаније „*Genesis Company*” у Вашингтону, у својству члана маркетиншког тима. Од 2015. године радила је две године као маркетинг менаџер компаније „*Student Adventures*”, да би потом у априлу 2017. године постала

креативни директор компаније „*Smart Match Solutions*”. Од новембра 2018. године ангажована је у својству стручног консултанта компаније „*Smart Match Solutions*”.

II Педагошко искуство

Наставна и научна звања

Дејана Николић је од 1. новембра 2018. године запослена на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, у својству сарадника у настави на Катедри за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу, а од 01. октобра 2020. године постаје асистент на истој Катедри. Дејана Николић поседује вишегодишње искуство у раду са студентима на основним и мастер академским студијама при Факултету организационих наука (ФОН). На акредитованим основним студијама на ФОН-у учествовала је у извођењу вежби на предметима: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг, Интегрисане маркетиншке комуникације, Вештине и технике пословне комуникације, Међународни маркетинг, Односи с медијима и Друштвено одговорни маркетинг. Такође, Дејана је учествовала у извођењу вежби на предмету Односи с јавношћу, на енглеском језику. На мастер академским студијама учествовала је у извођењу вежби на предметима: Интегрисане пословне комуникације, Маркетинг менаџмент – холистички приступ, Маркетинг у јавном сектору, Медијске комуникације, Односи с јавношћу – стратегије и тактике, Односи с јавношћу и лобирање, Примењена маркетинг истраживања, Стратешке комуникације и Стратешки маркетинг и комуникације. Током свог ангажовања, у својству асистента, Дејана Николић је такође била члан 45 комисија за одбрану завршних радова на основним академским студијама.

У анонимној анкети Вредновање педагошког рада наставника је од почетка рада на Факултету организационих наука оцењена високим оценама приказаним у Табели 1 (изнад 4,8). Такође, у зимском семестру школске 2019/2020. године била је именована за једну од прворангираних сарадника, за најбоље постигнуте резултате у настави, као и у зимском семестру 2021/2022. године.

Табела 1. Просечна оцена педагошког рада Дејане Николић

Година (семестар, студијски програм)	Предмет	Број испитаника	Просечна оцена
2018/2019.(зимски семестар, ИСиТ)	<i>Маркетинг</i>	42	4,82
2018/2019.(зимски семестар, Мен)	<i>Маркетинг</i>	5	5
2018/2019. (летњи семестар, Мен)	<i>Односи с јавношћу – енгл.</i>	5	4,8
2018/2019. (летњи семестар, Мен)	<i>Односи с јавношћу</i>	49	4,85

2019/2020.(зимски семестар, ИСиТ)	Маркетинг	38	4,93
2019/2020.(зимски семестар, Мен)	Маркетинг	32	4,89
2019/2020. (зимски семестар, Операциони Мен)	Маркетинг	22	4,81
2020/2021.(зимски и летњи семестар, сви студијски програми)	Маркетинг**	-	-
2020/2021.(зимски и летњи семестар, сви студијски програми)	Односи с јавношћу**	-	-
2021/2022.(зимски семестар, ИСиТ)	Маркетинг	15	4,97
2021/2022.(зимски семестар, Мен)	Маркетинг	14	4,87
2021/2022.(зимски семестар, Мен)	Стратешки маркетинг	5	4,92

**Анкета није спроведена због пандемије COVID-19

Чланства у комисијама за одбрану завршних радова

Дејана Николић је учествовала као члан у 45 комисија за одбрану завршних радова на основним академским студијама на Факултету организационих наука.

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 Oppurtunities in the Post-COVID era” као члан техничког одбора скупа и члан маркетинг тима.

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).

Активности од значаја за развој и углед Факултета организационих наука

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

Учешће у ваннаставним активностима студената

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). Дејана Николић је била ангажована и 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).

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)

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

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

Библиографија Дејане Николић (девојачко презиме Милошев)

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*
a. 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.
a. 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*

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., Јоцић, 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, 7th 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 Industries, 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 development. 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. **М33**
19. Јакић, Г., Костић-Станковић, М., **Милошев, Д.** (2016). *Reshaping the future of communications in local government. Econophysics, Sociophysics & Multidisciplinary Sciences Journal – ESMSJ*, 6(2). ISSN: 2247-2479. **М35**
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. 12th International Congress of Higher Education, Havana, Cuba.* ISBN: 978-959-16-4408-4 **М35**

Радови саопштени на скупу националног значаја (М60)

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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
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. **М63**
29. Јовановић, В., **Милошев, Д.** (2015). Медијске комуникације у локалној самоуправи. СПИН 2015, Београд, Србија, 519-526, ISBN: 978-86-7680-320-0. **М63**

Рецензирање научних радова у домаћим и међународним часописима и конференцијама

Дејана Николић је рецензент међународних часописа:

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

IV Приказ и оцена научног рада кандидата

Приказ докторске дисертације (преузето из реферата о урађеној докторској дисертацији)

Докторска дисертација кандидаткиње Дејане Николић под насловом „Моделовање и развој методолошког приступа управљању маркетиншким активностима у креативним индустријама“ обима је 143 стране, разврстаних у 7 поглавља. На крају дисертације налазе се биографија аутора, списак објављених радова, изјава о ауторству, изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада и изјава о коришћењу. Дисертација садржи 17 слика, 5 табела и 291 библиографских навода.

Кратак приказ појединачних поглавља докторске дисертације (преузет из реферата о урађеној докторској дисертацији)

Докторска дисертација „Моделовање и развој методолошког приступа управљању маркетиншким активностима у креативним индустријама“ је структурирана у седам целина, које су предмет истраживања. У уводном делу представљен је методолошки оквир, као и проблематика истраживања. Након уводних разматрања, други део докторске дисертације посвећен је дефинисању, анализи и концептуализацији креативних индустрија, са припадајућим специфичностима и разликама у односу на друге индустрије. Трећи део дисертације посвећен је специфичностима маркетинга у креативним индустријама. Посебна пажња је посвећена значају маркетинг микса у креативним индустријама. Маркетинг микс у креативним индустријама је посматран и у контексту перцепције стејкхолдера, са посебним нагласком на њихова искуства, ставове, намере и понашања у односу на одређену креативну индустрију. У овом делу дисертације анализирани су маркетиншке активности филмске и модне индустрије. Посебна пажња је посвећена дефинисању и анализи преференција жанра и преференција модног стила ка доношењу одлуке о куповини у датој индустрији. У последњем сегменту овог дела анализирани су постојећи концептуални модели управљања маркетиншким активностима у креативним индустријама.

У четвртном делу дисертације приказани су изазови у креативним индустријама током пандемије вируса *COVID-19*. У овом делу рада посебно су приказани изазови са којима су се сусреле филмска и модна индустрија током пандемије. У петом делу дисертације посебна пажња је посвећена значају брендирања у креативним индустријама. Приказан је значај брендирања у различитим креативним индустријама, попут модне, филмске и гејминг индустрије. Такође, истакнуте су и специфичности брендирања градова, као подручја креативне индустрије. У шестом делу дисертације, представљено је емпиријско истраживање и моделовање, као и развој методолошког приступа управљању маркетиншким активностима у две одабране креативне индустрије, филмској и модној индустрији. У овом делу су приказани методологија, резултати, валидација и анализа

предложеног концептуалног модела у обе индустрије. Овај део подразумева и опис истраживања, представљање тематских облика упитника и истраживачких питања, као и опис демографских карактеристика узорка у истраживању. У овом делу, испитане су и хипотезе истраживања. Такође, у овом делу дисертације приказана је и упоредна анализа предложених модела. Док, седми део рада, који представља закључак, припада делу дисертације који подразумева анализу резултата добијених истраживањем и испитивање генералне и посебних хипотеза дисертације, као и примарног и секундарних циљева постављених у дисертацији. Појашњени су научни и друштвени допринос истраживања, као и његова ограничења. Представљен је и општи закључак дисертације.

Приказ најзначајнијих радова

Досадашњи научно-истраживачки рад др Дејане Николић усмерен је на области маркетинга, корпоративних комуникација, комуникација при креативним индустријама, кризним комуникацијама и стратешким маркетингом. Може се закључити да се досадашњи научноистраживачки рад кандидата у великој мери подудара са областима/предметима у којима је кандидат остваривао и педагошко искуство.

Научни допринос докторске дисертације кандидата Дејане Николић, верификован је публикацијом рада *Improving the Economic Sustainability of the Fashion Industry: A conceptual Model Proposal*, објављен у часопису *Sustainability* (M22). У раду је представљен нови концептуални модел који доприноси економској одрживости при модној индустрији. У раду је, за обраду података, коришћена метода Моделирање структурних једначина (СЕМ метода). У раду су кроз екстензиван преглед литературе представљене постојеће методологије, недостаци постојећих модела. На основу спроведеног емпиријског истраживања и прегледа литературе формиран је у потпуности нов модел који значајно доприноси управљању маркетиншким активностима у модној индустрији. Коначно, добијени резултати представљају значајан феномен у области маркетинг, односа с јавношћу и мултимедијалних комуникација.

Дејана Николић је аутор и рада под називом *How does genre preference influence the importance of film marketing mix elements: evidence during the COVID-19 pandemics*, објављен у часопису *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* (M22). Рад испитује утицај преференције жанра на значај елемената маркетинг микса. Након прегледа литературе и спроведеног емпиријског истраживања формирао се концептуални модел који, по први пут, испитује индивидуалне и интегрисан утицај преференција жанра ка елементима маркетинг микса и ка учесталости конзумирања, или гледања филмова. Метода која је и овде коришћена је СЕМ метода. Такође, добијени резултати наглашавају значај везе појединих елемената маркетинг микса и учесталости конзумирања филма, као продукта филмске индустрије.

У раду под називом *Market Segmentation in the Film Industry Based on Genre Preference: the Case of Millennials* који је објављен при часопису *Engineering Economics* (M22) примењена је метода бикластероване. Путем методе бикластероване извршена је сегментација тржишта у филмској индустрији, која се базира на жанровским преференцијама, на узорку које односио на миленијалце. Да би се потврдио предложени приступ, спроведено је онлајн истраживање о навикама и ставовима потрошача према различитим елементима филмског маркетинг микса на почетку изолације услед пандемије, у Србији. Након тога је коришћен алгоритам бикластера за сегментирање испитаника.

Конечно, истражене су сличности и разлике између задржаних сегмената, чиме се добија увид на које елементе филмског маркетинг микса на које испитаници обрађају пажњу на основу жанровске преференције. Уочене сличности и разлике довеле су до креирања прилагођених комуникационих стратегија за сваки сегмент, које би могле побољшати ефикасност маркетиншких активности у филмској индустрији.

V Оцена испуњености услова кандидата

На основу прегледа и анализе достављене конкурсне документације Комисија констатује да је кандидат др Дејана Николић остварила одличне академске, научно-истраживачке и стручне резултате у оквиру уже научне области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Поред високих оцена за педагошки рад на Факултету организационих наука Универзитета у Београду и високе оцене приступног предавања, истиче се њен научно-истраживачки рад и рад на научним и стручним пројектима. Посебно се истичу радови из категорије М20 (три из категорије М22, и један из категорије М24). Према резултатима које је остварила, кандидат испуњава услове прописане Законом о високом образовању, Статутом Универзитета у Београду, Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду, Правилником о изменама и допунама правилника о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и Статутом Факултета организационих наука, о чему сведочи и следећи сумарни приказ (Табела 2).

Табела 2. Сумарни приказ испуњености услова кандидата др Дејане Николић

Критеријум	Испуњеност критеријума
Научно звање доктора наука за ужу научну област коју се бира	Одбрањена докторска дисертација из научне области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, на Факултету организационих наука Универзитета у Београду.
Искуство у педагошком раду са студентима	Четири године педагошког искуства у раду са студентима на Факултету организационих наука Универзитета у Београду.
Приступно предавање из области за коју се бира, позитивно оцењено од стране високошколске установе	Да. Просечна оцена 5
Позитивна оцена педагошког рада у студентским анкетама током целокупног претходног изборног периода	Просечна оцена изнад 4,80 за период 2018-2022. године на Факултету организационих наука Универзитета у Београду
Објављен један рад из категорије М21, М22 или М23 из научне области за коју се бира	М22 – 3 рада
Саопштена два рада на научном или стручном скупу (категије М31-М34 и М61- М64)	М33 – 13 М34 – 1 М35 – 2 М63 - 9
Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту	Учесник на пројектима:

Критеријум	Испуњеност критеријума
	<ul style="list-style-type: none"> • 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).
Председник или члан комисија за израду завршних радова на академским основним, мастер или докторским студијама	Члан комисије за одбрану 45 завршних радова основних академских студија.
Чланство у националним или међународним научним, уметничким, стручним организацијама, институцијама од јавног значаја, културним институцијама	Дејана Николић је члан СЕМА удружења, Српског удружења за маркетинг.
Учешће у наставним активностима ван студијских програма високошколске установе или у ваннаставним активностима студената	<ul style="list-style-type: none"> • Ментор студентима прве године Факултета организационих наука. • Дејана Николић је била ангажована у својству члана комисије при такмичењу <i>High School Case Study Competition 2021</i>, под организацијом студената при <i>Case Study Club</i>-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).
Председник или члан организационог одбора или учесник на стручним или научним скуповима националног или међународног нивоа	<ul style="list-style-type: none"> • Дејана Николић је учествовала као аутор и коаутор са 16 радова на научним скуповима међународног значаја и 9 радова на научним скуповима националног значаја.

Критеријум	Испуњеност критеријума
	<ul style="list-style-type: none"> Дејана Николић је 2022. године била ангажована у организацији XVIII интернационалног симпозијума <i>SymOrg 2022</i> под називом “<i>Sustainable business management and digital transformation: Challenges and Oppurtunities in the Post-COVID era</i>” као члан техничког одбора скупа и члан маркетинг тима.
Председник или члан органа управљања, стручног органа, помоћних стручних органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству.	<ul style="list-style-type: none"> Дејана Николић је члан радне групе “Индетитет 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 Факулету организационих наука.
Учешће у наставним активностима који не носе ЕСПБ бодове (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција или сл.).	<ul style="list-style-type: none"> Дејана Николић је завршила тренинг под покровитељством ЕУТА (<i>European Training Academy</i>) за развој, писање и управљање Хоризон пројектима, под називом “<i>Horizon Europe Project Development, Proposal Writing and Project Management</i>” (2022)
Иноватор, аутор или коаутор прихваћеног патента, техничког унапређења, експертиза, рецензија радова или пројеката.	<p>Дејана Николић је рецензент међународних часописа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i> <i>Journal of Marketing Management</i>

2. ЗАКЉУЧАК 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 Менаџмент технологије, иновација и одрживог развоја. 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 четири рада из категорије М22 и М24. Учествовала је у реализацији три научноистраживачка и стручна пројеката. Такође, укључена је у ваннаставне активности студената и члан је једне радне групе и Центра за односе с јавношћу при Факултету организационих наука. Пружала је едукативну подршку будућим студентима у решавању студије случаја, менторство студентима прве године Факултета организационих наука и менторство и подршку студентским тимовима. Била је члан техничког одбора конференције, рецензент научних радова, члан националног удружења. Анализирајући научне, стручне и педагошке квалитете др Дејане Николић, а на основу објављених научних и стручних публикација, постигнутих резултата у науци, спроведених 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