

**ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ УНИВЕРЗИТЕТА У КРАГУЈЕВЦУ**  
**FACULTY OF ECONOMICS, UNIVERSITY OF KRAGUJEVAC**

Адреса: Лицеја Кнежевине Србије 3, 34000 Крагујевац

Телефон: 034/303-500

е-mail: [ekfak@kg.ac.rs](mailto:ekfak@kg.ac.rs)

ПИБ: 101578837

Матични број: 07151322

Шифра делатности: 02279

**ЕЛАБОРАТ ЗА КРАТКИ ПРОГРАМ СТУДИЈА**

**МЕНАџМЕНТ ПРОДАЈЕ**  
**SALES MANAGEMENT**

28.06.2023.

## Садржај

Увод.....	3
1. Предуслови за имплементацију кратких програма на ВШУ .....	3
2. Документација о КП студија:.....	3
3. Циљ и исход КП .....	3
4. Опис посла за који се припремају полазници.....	4
5. Одлуку ВШУ о прихватању - доношењу КП студија.....	5
6. Уговор са бар једним послодавцем који је спреман да ангажује полазнике који заврше КП 5	
7. Информација о праву уписа и неопходним компетенцијама полазника .....	5
8. Курикулум са подацима о предметима, распореду предмета и њиховој условљености	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Курикулум за КП.....	7
9. Број ЕСПБ који обезбеђује КП (и сваки предмет), односно на други начин јасно изражен обим наставног процеса.....	7
10. Курикулум КП студија .....	7
11. Списак наставног особља са основним професионалним подацима и податком о начину ангажовања .....	16
Табела 1. Научне, уметничке и стручне квалификације наставника и задужења у настави – Књига наставника (Дати у Прилогу све Табеле).....	17
Табела 2. Листа ангажованих наставника и сарадника на КП студија .....	35
Прилог 1. Уговори о раду, избори у звања, дипломе, наставника и сарадника ангажованих на КП студија.....	38
Прилог 2. Правилник о избору наставног особља на Установи. ....	38
12. Кратки програм треба да укључи и стручну праксу у некој фирми на послу за кога се студент кратког програма образује. ....	38
Прилог: Стручна пракса .....	38
13. Простор за реализацију и материјално-техничка подршка .....	40
14. Право уписа и компетенције полазника.....	40
15. Оглашавање КП, пријемни испит, рангирање и упис полазника .....	40
16. Обавезе кандидата.....	41
17. Величина наставне групе.....	41
18. План реализације наставе .....	41
19. Процедуре за управљање квалитетом кратког програма.....	41
20. Подаци о висини школарине.....	42
21. Услови које је ВШУ испуњенила за реализацију КП студија .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **Увод**

Елаборат садржи потребну документацију за кратке програме студија на ВШУ.

Елаборат је урађен према Правилнику о организацији, спровођењу, издавању сертификата и поступку вођења евиденције за кратке програме студија ("Сл. гласник РС", бр. 32/2019 од 3.5.2019, ступа на снагу 11.5.2019.године).

### **1. Предуслови за имплементацију кратких програма на ВШУ**

Кратки програми студија (КП) се уводе на основу исказане потребе послодавца у циљу решавања акутних проблема у погледу недостатка радних места за које се уводи КП и који требају да буду усклађени са захтевима тржишта.

Да би ВШУ реализовала кратак програм студија (КП), претходно је реализовала следеће активности:

1. Промену Статута и навођење кратких програма у истом;
2. Усвајање Правилника о кратким програмима студија Економског факултета Универзитета у Крагујевцу;
3. Дефинисање начина извођења наставе: класично у просторијама ВШУ у којима она изводи акредитоване студијске програме, као настава на даљину или комбиновањем ова два начина;
4. Доношење одлуке о томе да ли се КП раде самостално или у партнерству са неком другом ВШУ;
5. Доношење Одлуке одговарајућег органа ВШУ о започињању процедуре припреме КП;
6. Потписивање Уговора са бар једним послодавцем који је спреман да запосли полазнике који заврше кратки програм (с тим, што он има право избора лица које ангажује) или са послодавцем који је спреман да своје запослене пошаље на додатну обуку кроз КП;
7. Прибављање изјаве послодавца о позитивном вредновању курикулума;
8. Прецизирање услова од стране ВШУ које треба да задовоље стручњаци из праксе да би били укључени у реализацију КП као наставници и сарадници ван радног односа: нпр. високо образовање првог степена, објављени стручни или уметнички радови/остварења у одговарајућој области, радно искуство на пословима за које се студенти обучавају, способност за педагошки рад и сл.
9. Дефинисање уговора о студирању.

### **2. Документација о КП студија:**

Назив кратког програма студија: Менаџмент продаје

### **3. Циљ и исход КП**

Циљ кратког програма студија Менаџмент продаје је унапређење стручности кадрова на подручју Републике Србије у области управљања продајом, чиме се обезбеђује адекватна основа за побољшање конкурентности и тржишне позиције предузећа. Полазници кратког програма обуке, похађањем теоријских часова наставе и реализацијом стручне праксе, у могућности су да се ближе упознају са стратегијама управљања каналима продаје и њиховом структуром. Додатно, циљ програма је да обезбеди полазницима одговарајуће теоријско знање и практичне вештине у домену организације и вођења продајног тима, пословног преговарања и продајне комуникације. Полазници током трајања кратког програма обуке уче и о софтверским алатима који омогућавају развој система и апликација онлајн продаје. Такође, савладавањем материје, полазници уче како да формирају базе података о својим клијентима и да спроведу анализу текуће и пројекцију будуће продаје. Циљ програма је и да се полазници обуче како да израчунају и правилно интерпретирају вредности

релевантних индикатора сатисфакције, лојалности и профитабилности клијената. Генерално, структура програма је осмишљена на начин који помаже полазницима да унапреде своје вештине из области продаје, маркетинга, преговарања, лидерства, финансија и пословне аналитике.

Важан исход програма је разумевање поступка анализе структуре канала продаје и функција, као и преговарачких снага различитих учесника продајних канала. Програм омогућује побољшање комуникационих способности кандидата које доприносе остварењу високих продајних квота. Истовремено, кандидати стичу вештине успешног комуницирања, израде презентације и прилагођавања стила комуникације карактеристикама и потребама различитих саговорника у циљу остваривања продајних циљева. Када је реч о вештинама пословног преговарања, кандидати се оспособљавају да адекватно припреме и воде преговарачки процес, да примене одговарајуће преговарачке стратегије и тактике у зависности од примењеног стила преговарања, као и да управљају одређеним социолошким и психолошким факторима, попут конфликта и емоција. Полазници ће развити и лидерске вештине и повећати способност утицаја на следбенике, као и вештине формирања и вођења тимова, мотивисања и инспирисања људи да се ангажују у остваривању организационих циљева.

Важна компетенција коју кандидати стичу је и знање у домену креирања апликација за онлајн продају производа, што је нарочито важно у савременим условима пословања које карактерише убрзани развој електронске трговине. Полазници програма ће научити како се саставља план продаје и одређује цена производа. Осим наведеног, полазници стичу вештине извођења продајних симулација и предвиђања уз помоћ софтвера. Кандидати се оспособљавају и за израду студије у области мерења сатисфакције и лојалности клијената. Додатно, они стичу вештине формулисања стратегије развоја дугорочних профитабилних односа са клијентима.

#### **4. Опис посла за који се припремају полазници**

Полазници кратког програма обуке, кроз стицање теоријских знања и практичних вештина оспособљавају се за обављање широког спектра пословних активности. У целини посматрано, полазници ће стећи одговарајуће знање из области продаје, маркетинга, преговарања, лидерства, финансија, пословне аналитике.

Спектар активности које обавља менаџер продаје и за које ће бити обучени полазници кратког програма обуке су: избор адекватног канала продаје; праћење протока робе кроз канал продаје; процена ризика; организовање и вођење продајног тима; мотивација запослених продаваца; припрема преговарачког процеса и вођење преговора; креирање пословне презентације производног програма; комуникација са клијентима; израда плана продаје; одређивање цене производа; мерење сатисфакције клијената; праћење стопе ретенције и губитка клијената; процена профитабилности клијената; анализа продаје унутар кључних тржишних ентитета; предвиђање будуће продаје; формулисање и имплементација програма лојалности; дефинисање маркетинг стратегије; развој система и апликација за онлајн продају; активности дигиталног маркетинга.

У складу са описом пословних активности менаџера продаје, кандидати ће након положеног програма обуке бити у могућности да успешно управљају односима са клијентима и да креирају одговарајуће базе у које ће уносити релевантне податке о датумима, вредностима и структури обављених куповина, месту куповине, преференцијама и социо-економским и демографским подацима клијената. Они ће додатно бити оспособљени да евидентирају и решавају жалбе и рекламације купаца, осмишљавају промотивну кампању и прате продајне резултате. За свако циљно тржиште, менаџери продаје процењују текућу и будућу тржишну тражњу, тржишни

потенцијал и потенцијал продаје одређеног предузећа. Њихов задатак је и процена тржишног учешћа кључних актера, као и праћење активности главних конкурената. Менаџер продаје, осим одређивања цене различитих производа, специфицира и количину и структуру робе која ће бити испоручена клијентима, дефинише рокове испоруке, начин плаћања, учествује у склапању уговора са купцима и стара се о томе да сви елементи уговора буду испоштовани од стране предузећа у којем је запослен.

Способност комуникације и убедљиве вештине пословне презентације и преговарања су важне особине успешног менаџера продаје. Осим преговарачких вештина, успешан менаџер продаје поседује и одговарајуће организационе и лидерске способности, али и знања из области информатике, статистике и финансија које значајно доприносе унапређењу продајних резултата.

Изузев рада у седишту предузећа у којем је ангажован, менаџер продаје значајан део свога времена проводи и на терену обављајући активности директних преговора са потенцијалним купцима и презентовања продајне понуде. Он такође редовно присуствује сајмовима и стручним скуповима.

## **5. Одлуку ВШУ о прихватању - доношењу КП студија**

**Прилог:** Одлука ВШУ о доношењу КП коју усваја Наставно-стручно веће, на предлог Декана/Директора.

## **6. Уговор са бар једним послодавцем који је спреман да ангажује полазнике који заврше КП**

**Прилог:** Уговор

ВШУ је обезбедила уговоре са послодавцима који су спремни да ангажују полазнике који заврше КП или са послодавцем који је спреман да своје запослене пошаље на додатну обуку кроз кратки програм.

## **7. Информација о праву уписа и неопходним компетенцијама полазника**

Право уписа имају сви кандидати са најмање стеченим средњим образовањем. Пожељне компетенције полазника се огледају у поседовању радног искуства у области продаје, као и елементарном познавању енглеског језика и рада на рачунару.

Овај програм по врсти, нивоу и обиму знања и вештина за које се полазници обучавају, одговара високом образовању. Факултет уписује до 50 кандидата по једном уписном року. Редослед кандидата се одређује према ранг листи формираној на основу утиска који кандидати оставе на интервјуу који ће Факултет организовати. У случају пријављивања већег броја кандидата од предвиђеног и уколико два или више кандидата остваре исти број бодова на интервјуу, предност уписа имаће лица чији послодавци имају закључен Споразум са Факултетом. На захтев лица које је завршило кратки програм студирања и које се уписало на студијски програм основних или мастер академских студија, факултет може признати предмете/делове предмета које је студент положио у оквиру кратког програма, зависно од степена преклапања са предметима уписаног студијског програма.

## 8. Курикулум са подацима о предметима, распореду предмета и њиховој условљености

### Прилог: Уводна табела

Назив КП програма:	Менаџмент продаје
Високошколска установа у којој се изводи студијски програм:	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
Образовно – научно/образовно – уметничко поље:	Друштвено-хуманистичке науке
Научна, стручна или уметничка област:	Економске науке
Врста студија:	КП
Обим студија изражен ЕСПБ бодовима:	30 ЕСПБ
Назив сертификата:	Менаџер продаје
Дужина студија:	3 месеца
Година у којој је започела реализација студијског програма:	/
Година када ће започети реализација студијског програма (ако је програм нов):	2024.
Број студената који студира по овом студијском програму:	/
Планирани број студената који ће се уписати на овај студијски програм: Основ за овај број јесте број места који стоји у уговору са послодавцем.	50
Датум када је програм прихваћен од стране одговарајућег тела (навести ког):	/
Језик на коме се изводи студијски програм:	Српски језик
Претходни услови за упис	Средња школа
Уверење о акредитацији ВШУ	Да
Акредитовани програми из области у којој се реализује кратки програм	Да
Web адреса на којој се налазе подаци о студијском програму:	<a href="https://www.ekfak.kg.ac.rs/">https://www.ekfak.kg.ac.rs/</a>

## Курикулум за КП

Предмети се изводе по редоследу како су наведени.

Сваки наредни предмет условљен је претходним предметом.

Предмети су обавезни.

Р.Бр.	Назив предмета	Поље	Семестар	Број часова	ЕСПБ
1.	Управљање каналима продаје	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
2.	Управљање односима са клијентима	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
3.	Лидерство	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
4.	Пословно преговарање	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
5.	Вештине комуникације у продаји	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
6.	Алати и технике онлајн продаје	Друштвено-хуманистичке науке	I	40	4
7.	Стручна пракса		I	60	6
...					
Укупно часова активне наставе				<b>300</b>	
				Укупно ЕСПБ	30

Курикулум са подацима о предметима, распореду предмета и њиховој условљености;

### 9. Број ЕСПБ који обезбеђује КП (и сваки предмет), односно на други начин јасно изражен обим наставног процеса

Број ЕСПБ приказан је у табели са курикулумом.

### 10. Курикулум КП студија

**Прилог:** Књига предмета (За све предмете).

Табела 5.2. Спецификација предмета

Књига предмета у том случају представља јединствен прилог за КП студија.

<b>Студијски програм:</b> Менаџмент продаје
<b>Назив предмета:</b> Управљање каналима продаје
<b>Наставник/наставници:</b> Проф. др Дражен Марић (предавач ван радног односа), Биљана Лазаревић (предавач ван радног односа), Владимир Маринковић (предавач ван радног односа)
<b>Статус предмета:</b> Обавезан
<b>Број ЕСПБ:</b> 4
<b>Услов:</b> нема услова
<b>Циљ предмета</b>

Учењем и истраживањем садржаја предмета *Управљање каналима продаје* студенти ће стећи знања о евидентним променама савременог глобалног тржишта које све више постаје сложен мозаик умрежених односа између различитих маркетинг партнера. Напредна технологија значајно мења позицију продаје развијајући потпуно нови однос између чланова канала продаје-маркетинга на глобалном тржишту. Савладавањем садржаја предмета у процесима изградње нових тржишних структура које настају у условима примене напредне технологије, студенти ће стећи знања о томе како се мења сама природа и подручје економске размене купаца и продаваца. Наведени процеси опредељују циљ предмета - презентовање и појашњење теоријских и практичних знања о каналима продаје кроз прихватање реалности да је управо продаја финале маркетинг напора предузећа и примарна институција и право огледало токова производа и услуга на глобалном тржишту. У оквиру предмета, полазницима се представља и структурирани финансијски приступ вођењу продаје који подразумева праћење финансијских показатеља успешности на релацији планирано (кроз буџет и КПИ) - реализовано (кроз Tracking file-ове и извештаје).

### Исход предмета

Исход предмета је стицање теоријског и практичног знања и вештина из управљања каналима продаје и маркетинга. Стеченим знањем, теоријским и практичним, кроз интерпретацију наставног садржаја са проблемским приступом, студенти економије ће бити оспособљени за примену знања о: изградњи структуре канала продаје и маркетинга и функцијама које учесници у каналима продаје и маркетинга обављају; потреби управљања каналима продаје и маркетинга и могућем концепту вертикалног маркетинга; еволуцији институција и теоријама које објашњавају њихов настанак, успон и опадање на тржишту; функционисању канала продаје и маркетинга у савременим токовима на глобалном тржишту; стратегијама канала продаје и маркетинга и примени напредних технологија у побољшању одрживости, флексибилности и транспарентности канала продаје. Такође, студенти ће бити оспособљени да разумеју основне финансијске и оперативне параметре релевантне за процес управљања каналима продаје.

### Садржај предмета

#### *Теоријска настава*

1) Теоријски прилаз тржишту, каналима продаје и маркетинга и функцијама које трговина и остали учесници у каналима обављају; 2) Учесници канала продаје и маркетинга; 3) Електронски канали продаје и маркетинга; 4) Анализа окружења канала продаје и маркетинга; 5) Структурирано праћење реализоване продаје у одабраном каналу помоћу финансијских алата (буџет, КПИ, Tracking file-ови). 6) Кооперација и интеграција у каналима продаје и маркетинга; 7) Развој стратегијског партнерства у каналима продаје и маркетинга; 8) Примарне институције канала продаје и маркетинга: трговина на велико, трговина на мало, институције директног маркетинга, институције електронске трговине, традиционалне и стандардизоване тржишне институције; 9) Локација канала продаје и маркетинга; 10) Тржишно подручје и потенцијал као оквир деловања учесника канала продаје и маркетинга; 11) Еволуција и савремени трендови канала продаје и маркетинга; 12) Интернационализација у каналима продаје и маркетинга; 13) Етичка питања у каналима продаје и маркетинга.

#### *2) Практична настава*

Реализацијом наставног процеса, студентима ће се обезбедити стицање практичних знања кроз вежбе које укључују рад на решавању студија случаја, кроз конкретне и актуелне примере, као и округле столове на задате теме и студентске дебате.

### Литература

Ловрета, С., Кончар, Ј., Петковић, Г., Богетић, З., Стојковић, Д. (2019). *Канали маркетинга*, Универзитет у Београду, Економски факултет, Центар за издавачку делатност.

Dent, J., White, M. (2018). *Sales and Marketing Channels*, KoganPage UK

**Број часова  
наставе: 40**

**активне**

**Теоријска настава: 20**

**Практична настава: 20**

### Методe извођења наставе

Предавања, вежбе, консултације, интерактивне дебате и дискусије, практична решења на

бројним примерима која су садржајно везана за основна поглавља у уџбенику Канали маркетинга.

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и (2)	30	практично	
семинарски рад	30		

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

\*максимална дужна 2 странице А4 формата

**Студијски програм : Менаџмент продаје**

**Назив предмета:** Управљање односима са клијентима

**Наставник/наставници:** проф. др Вељко Маринковић, проф. др Јелена Ерић Нилсен (Nielsen), Драгутин Мареновић (предавач ван радног односа)

**Статус предмета:** обавезни

**Број ЕСПБ:** 4

**Услов:** нема услова

**Циљ предмета**

Наставни предмет Управљање односима са клијентима (Customer Relationship Management-CRM) наглашава значај развоја дугорочних односа са клијентима за профитабилно пословање предузећа и изградњу одрживе конкурентске предности. У оквиру наставне материје спроводи се анализа индустрије, сегментирање тржишта, анализирају се кључни аспекти маркетинг плана, плана комуницирања и продаје, разматрају релевантна мерила сатисфакције, лојалности и профитабилности клијената. У том смислу, у предмету се обрађују поступци израчунавања индекса сатисфакције потрошача, индекса вредности бренда, скорa лојалности клијената, стопе ретенције, нето промотивног скорa, вредности животног века клијената. Фокус предмета је и на дефинисању плана продаје и маркетинг стратегије предузећа. Одговарајућа пажња је посвећена и алтернативним видовима формулисања и имплементације програма лојалности. Такође, садржај предмета је усмерен и на управљање портфолиом клијената и конципирање одговарајућих стратегија успешног позиционирања на атрактивним тржишним сегментима.

**Исход предмета**

Савладавањем материје, студенти су у прилици да разумеју важност управљања односима са клијентима за успешно пословање предузећа у савременим тржишним условима. Студенти се упознају са основним нивоима CRM-а (стратегијским, аналитичким и оперативним) и стичу знања везана за значајне концепте у области маркетинга и продаје, као што су сатисфакција, лојалност и профитабилност клијената. Улазак на тржиште захтева анализу пословног амбијента и специфичности конкретне индустрије, као и сегментирање циљног тржишта и развој маркетинг плана. Студенти ће научити како да конципирају план комуницирања са циљним тржиштем и план продаје кроз дефинисање принципа ценовне политике. Након пласирања производа на тржиште прелази се на праћење најважнијих индикатора (сатисфакција, лојалности, профитабилности – аналитички CRM) и врше се продајне симулације и предвиђања уз помоћ софтвера (оперативни CRM). Важна компетенца коју полазници програма стичу односи се и на вештине конципирања адекватних програма лојалности у специфичним подручјима пословања. Осим анализе теоријских концепата, студенти се оспособљавају и за израду студије у домену мерења сатисфакције и лојалности клијената.

Значајну компетенцу полазника представљају и вештине из домена пословне аналитике у циљу анализе текуће и пројекције будуће продаје. Продајне анализе и симулације ће бити извршене на нивоу укупне продајне територије, као и на нивоу релевантних тржишних ентитета (региона, малопродајних објеката, кључних клијената, конкретних производа). Тиме, на основу примене одговарајућих техника анализе података и израчунавања вредности релевантних индекса, студенти су у могућности да, критичким размишљањем, формулишу стратегију развоја дугорочних односа са клијентима.

### Садржај предмета

Теоријска настава

1. Концепт управљања односима са клијентима (Customer Relationship Management-CRM);
2. Нивои CRM-а: стратегијски, аналитички, оперативни CRM;
3. Анализа атрактивности индустрије;
4. Комуницирање са циљним тржиштем;
5. Ценовна политика и ценовне стратегије;
6. Формулисање плана продаје и маркетинг стратегије предузећа;
7. Мерење сатисфакције и лојалности клијената;
8. Пројекција профитабилности тржишних сегмената;
9. Продајна аналитика;
10. Програми лојалности;
11. Управљање портфолиом клијената.

### Практична настава

Анализа пословних примера; израда и презентација студијског истраживачког рада, продајна аналитика у програму Excel.

### Литература

1. Ђорђевић, А., Маринковић, В. (2019). *Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд.
2. Kumar, V. Reinartz, W. (2018). *Customer Relationship Management*, Springer, Berlin.
3. Godson, M. (2009). *Relationship Marketing*, Oxford University Press Inc., New York.

**Број часова активне наставе: 40**

**Теоријска настава: 20**

**Практична настава: 20**

**Методe извођења наставе:** Теоријска настава, практична настава, презентација истраживачког рада, анализа пословних случајева.

### Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	30	практично	
семинар-и	30		

\*максимална дужна 2 странице А4 формата

<b>Студијски програм :</b> Менаџмент продаје			
<b>Назив предмета:</b> Liderство			
<b>Наставник/наставници:</b> проф. др Весна Стојановић-Алексић, Вељко Давидовић (предавач ван радног односа)			
<b>Статус предмета:</b> Обавезан			
<b>Број ЕСПБ:</b> 4			
<b>Услов:</b> Нема услова			
<b>Циљ предмета</b> Предмет има за циљ да студентима обезбеди стицање основних теоријских и практичних знања и вештина из области лидерства. То подразумева разумевање разлике између менаџмента и лидерства, развој лидерских вештина и способности, упознавање различитих стилова лидерства, процеса стицања и примене моћи, начина понашања људи у организацији, као и бројних фактора који обликују однос лидера и следбеника. Циљ је да се укаже на значај процеса лидерства и подстакне развој лидерских потенцијала студената.			
<b>Исход предмета</b> Очекује се да након изучавања овог предмета студенти увиде значај развоја лидерских вештина за успешно управљање организацијом, као и разлике и компатибилности са процесом менаџмента. Тенденција је да се код студената развију вештине вођења организације и повећа способност разумевања различитих техника за развој и примену моћи и утицаја на следбенике, као и за формирање и вођење тимова, мотивисање и инспирисање људи да се ангажују у остваривању организационих циљева.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Место и улога лидерства у организацији Лидерство као варијабла организационог понашања Улога мотивације у лидерском процесу Моћ и утицај у лидерству Стилови лидерства Улога следбеника у лидерском процесу Развој лидерских вештина  <i>Практична настава</i> Вежбе, индивидуални и групни истраживачки рад, анализа случајева			
<b>Литература</b> Стојановић –Алексић В. (2007). <i>Лидертсво и организационе промене</i> , Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, Крагујевац			
<b>Број часова активне наставе: 40</b>	<b>Теоријска настава: 20</b>		<b>Практична настава: 20</b>
<b>Методe извођења наставе</b> Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања		писмени испит	
практична настава		усмени испт	50
колоквијум-и	40	практично	
семинар-и	10		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

<b>Студијски програм:</b> Менаџмент продаје
<b>Назив предмета:</b> Пословно преговарање
<b>Наставник/наставници:</b> проф. др Јелена Николић, проф др. Дејана Златановић, Вељко Давидовић (предавач ван радног односа)
<b>Статус предмета:</b> обавезан
<b>Број ЕСПБ:</b> 4
<b>Услов:</b> Нема услова
<p><b>Циљ предмета</b></p> <p>Циљ предмета је разумевање кључних карактеристика преговарачких ситуација, стилова, стратегија и тактика преговарања, као и елемената управљања преговорима у различитим контекстима, а посебно у продаји. Детаљно ће се анализирати различите фазе преговарачког процеса, почев од припреме преговарања, као стратегијске фазе, преко започињања и вођења преговора до завршетка преговора и праћења уговореног, као тактичких фаза. Посебна пажња ће бити усмерена на анализу социолошких и психолошких фактора процеса преговарања, као и на доношење одлука унутар различитих преговарачких коалиција. С обзиром да успех вођења преговора не зависи само примењеног стила преговарања, као значајни фактори преговарања ће бити истраживане личне особине преговарача, као и вештине преговарања.</p>
<p><b>Исход предмета</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Полазници ће стећи теоријска знања из области пословног преговарања неопходног за решавање пословних проблема и управљање конфликтима између преговарачких страна;</li> <li>• Полазници ће бити оспособљени да примењују различите стратегије и тактике преговарања сходно начинима стицања и употребе моћи као фактора који одређује исход процеса преговарања;</li> <li>• Стицање практичних знања о карактеристикама и вештинама успешних преговарача кроз студије случајева и тимски рад;</li> <li>• Развијање вештина потребних за успешно вођење преговора у различитим контекстима кроз симулације процеса пословних преговора.</li> </ul>
<p><b>Садржај предмета</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Појам и значај пословног преговарања  Карактеристике преговарачке ситуације  Стилови, стратегије и тактике преговарања  Вештине преговарања у продаји  Психолошки и социолошки фактори процеса преговарања у продаји  Припрема и вођење преговора у продаји</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Студије случајева, симулације вођења преговора, израда и презентација семинарских радова, дискусије</p>
<p><b>Литература (Назив и број страна):</b></p> <p><b>Основна:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Глигоријевић, М. &amp; Огњанов, Г. (2011). <i>Пословно преговарање</i>. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета (Одабрана поглавља)</li> <li>2. Levicky, R. J. et al. (2009). <i>Negotiation</i>. V преведено издање. Загреб: Мате д.о.о. (Одабрана поглавља)</li> </ol> <p><b>Допунска:</b></p>

Fisher, R., Ury, W. (2012). <i>Getting to Yes: Negotiating an agreement without giving in</i> . London: Business books			
<b>Број часова активне наставе: 40</b>	<b>Теоријска настава: 20</b>		<b>Практична настава: 20</b>
<b>Методe извођења наставe</b> Предавања и вежбе уз активно учешће студената у дискусијама, индивидуалном и групном раду; студије случајева.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	20	усмени испит	30
колоквијум-и	30	практично	
семинар-и	10		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

<b>Студијски програм:</b> Менаџмент продаје
<b>Назив предмета:</b> Вештине комуникације у продаји
<b>Наставници:</b> проф. др Срђан Шапић, доц. др Јована Филиповић
<b>Статус предмета:</b> Обавезан
<b>Број ЕСПБ:</b> 4
<b>Услов:</b> Нема услова
<b>Циљ предмета</b> Циљ предмета Вештине комуникације у продаји је да полазницима пружи знање и вештине комуникације које су пословним људима потребне да придобију купце и унапреде своје пословање. Овај предмет омогућава полазницима боље разумевање комуникације приликом продаје, као изузетно важног аспекта сваке организације и важне пословне вештине. Поред тога, овај предмет има за циљ да припреми полазнике за ефикасну комуникацију и интеракцију у области продаје, како на домаћем, тако и на међународном тржишту.
<b>Исход предмета</b> Након савладавања материје и усвајања различитих знања из предмета Вештине комуникације у продаји, повећавају се укупне способности полазника из области комуникације, маркетинга и продаје. Полазници ће имати боље разумевање самог појма и процеса комуникације у оквиру продаје и маркетинга, са домаћег и међународног аспекта. Поред тога, полазници ће моћи да комуницирају ефективније како вербално тако и невербално, као и да прилагоде стилове комуникације стиловима различитих саговорника у циљу остваривања продајних циљева. Полазници ће такође стећи разумевање стратегија међународне комуникације и преговарања, као изузетно важних вештина у међународном пословном окружењу. На крају, један од исхода предмета је и савладавање вештина израде презентације продаје, као алата усешне продаје.
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Процес комуникације Вербална комуникација Невербална комуникација

Претпоставке и вештине успешне комуникације Стратегије међународне комуникације и преговарања Израда визуелне презентације као алата продаје  <i>Практична настава</i> Студије случајева, симулације презентације продаје, израда и презентација семинарских радова, дискусије			
<b>Литература (Назив и број страна):</b> <b>Основна:</b> 1. Шапић, С. (2015). <i>Међународне маркетинг активности – Културална димензија</i> . Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу. <b>Допунска:</b> 1. Owen, H. (2019). <i>The Handbook of Communication Skills</i> . Routledge, New York. (одабрана поглавља) 2. Nishishiba, M. (2018). <i>Culturally Mindful Communication</i> . Routledge, New York. (одабрана поглавља) 3. Brennan, C. (2011). <i>Take Your Sales to the Next Level- Advanced Skills to Build Stronger Relationships and Close More Deals</i> . McGraw-Hill, New York. (одабрана поглавља) 4. Kleyn, P., Lesser, P. (2013). <i>How to Give the Ultimate Sales Presentation</i> . Grosvenor House Publishing, Surrey. (одабрана поглавља)			
<b>Број часова активне наставе: 40</b>	<b>Теоријска настава: 20</b>	<b>Практична настава: 20</b>	
<b>Методe извођења наставе</b> - Предавања и вежбе уз активно учешће студената у дискусијама, индивидуалном и групном раду; студије случајева.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	20	усмени испт	30
колоквијум-и	30	практично	
семинар-и	10		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

<b>Студијски програм:</b> Менаџмент продаје
<b>Назив предмета:</b> Алати и технике онлајн продаје
<b>Наставник/наставници:</b> проф. др Зоран Калинић, Љиљана Матић, Владимир Маринковић (предавач ван радног односа)
<b>Статус предмета:</b> обавезан
<b>Број ЕСПБ:</b> 4
<b>Услов:</b> Нема услова
<b>Циљ предмета</b> Циљ предмета је упознавање полазника са савременим теоријским и практичним аспектима online продаје односно електронске трговине, као и са архитектуром е-трговине, применом савремених технолошких решења, метода, техника и алата у имплементацији е-трговине, најзначајнијим пословним моделима е-трговине и њиховим карактеристикама, правним аспектима и перспективама даљег развоја е-трговине.
<b>Исход предмета</b> - Знање и разумевање основних концепата, технологија и модела online продаје,

- Практична знања и вештине о методама, техникама и софтверским алатима за развој система и апликација за online продају.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Концепти онлајн продаје. Инфраструктура е-трговине. Пословни модели електронске трговине. Е-малопродаја – модели и карактеристике. Мобилна трговина. Dropshipping. B2B е-трговина – облици и карактеристике. Системи плаћања у онлајн продаји. Системи доставе у онлајн продаји. Електронски производи. Дигитални маркетинг – облици и карактеристике. Алати за развој е-продавница. Имплементација онлајн продаје. Законска и етичка питања која се односе на е-трговину. Питања заштите приватности потрошача и продаваца у е-трговини. Трендови у развоју онлајн продаје. <i>Практична настава</i> Анализа савремених модела за онлајн продају. Практичан рад на рачунарима на системима и апликацијама за електронску трговину. Анализе случаја – примера е-трговине. Семинарски рад – израда е-продавнице на неком од CMS система отвореног кода.			
<b>Литература</b> 1. Бјелић, П. (2012). <i>Глобална електронска трговина</i> , Економски факултет Универзитета у Београду. 2. Раденковић, Б. и други (2015). <i>Електронско пословање</i> , Факултет организационих наука, Београд. 3. Laudon K.C., Traver, C.G. (2022). <i>E-commerce 2021-2022: business.technology.society</i> , Pearson, England, 2022.			
<b>Број часова активне наставе: 40</b>	<b>Теоријска настава: 20</b>	<b>Практична настава: 20</b>	
<b>Методе извођења наставе</b> Теоријска настава, практична настава, самостални рад на рачунару, консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	40	практично	
семинар-и	25		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужина 2 странице А4 формата			

### Методологија рада:

- Методологија наставе комбиноваће предавања, демонстрације (учење кроз примере), као и сарадњу (рад у групама, индивидуално решавање задатака уз менторство, учење кроз рад, дискусије и сл.).
- Предвиђено је да настава буде интерактивна, поступна и заснована на практичном раду.
- Обука је груписана у модуле. На почетку сваког модула биће представљена структура, циљеви и очекивани резултати. На крају сваког модула биће одржана провера знања.
- Свако предавање започиње представљањем плана за одређени дан обуке.
- У првом делу часа предавач излаже одређени сегмент градива и затим се прелази на индивидуални и/или групни рад на одређеним задацима.
- Полазници ће у оквиру обуке, под менторством, морати да по тимовима ураде и одбране пројектни задатак – на пример, израда веб апликације коришћењем научених технологија и алата.
- Тестирање – током извођења наставе вршиће се провере знања и то на почетку сваког дана (провера претходно обрађеног градива), тестови/задаци на крају сваког од модула, као и завршни тест који ће обухватити комплетно градиво.
- Онлајн систем за образовање користиће се за постављање лекција, примера, задатака,

комуникацију (како на часовима, тако и између наставе), домаће задатке, вођење белешки, квизове, презентације, видео конференције, рад у тимовима и друштвено умрежавање.

**Материјали:** За потребе обуке користиће се материјали које ће предавачи посебно урадити и прилагодити полазницима обуке. Материјали ће бити доступни полазницима преко електронске платформе намењене комуникацији и сарадњи, како између предавача и полазника обуке, тако и између самих предавача као и између самих полазника.

**Сатница:** Предвиђено је да полазници похађају обуку шест пута седмично по четири часа, у поподневним или вечерњим сатима.

#### 11. Списак наставног особља са основним професионалним подацима и податком о начину ангажовања

Р.Б	Матични број	Име, средње слово, презиме	Звање	Ужа научна, уметн.однос.стручна област за коју је биран	Процент запослења у установи (начин ангажовања)
1.	1306978720019	Вељко Р. Маринковић	Редовни професор	Пословна економија	100%
2.	2509977725043	Јелена Ерић Нилсен (Nielsen)	Ванредни професор	Пословна економија	15%
3.	1812970729117	Весна Р.Стојановић-Алексић	Редовни професор	Пословна економија	100 %
4.	2901977725032	Дејана Р. Златановић	Ванредни професор	Пословна економија	100 %
5.	0108977726013	Јелена Д. Николић	Ванредни професор	Пословна економија	100 %
6.	0405971720018	Срђан М. Шапић	Редовни професор	Пословна економија	100%
7.	1212989725042	Јована С. Филиповић	Доцент	Пословна економија	100%
8.	1108971720025	Зоран С. Калинић	Редовни професор	Примењено рачунарство	100%
9.	0609999725036	Љиљана Н. Матић	Сарадник у настави	Примењено рачунарство	100%
10.	0103975820029	Дражен С. Марић	Ванреди професор	Маркетинг и трговина	30%
11.	0111993780010	Драгутин П. Мареновић	Предавач ван радног односа	Менаџмент и пословна економија	30%
12.	0106976710145	Вељко Б. Давидовић	Предавач ван радног односа	Индустријско инжењерство	30%
13.	0309977726612	Биљана Д. Лазаревић	Предавач ван радног односа	Менаџмент и пословна економија	30%
14.	1805981720131	Владимир Маринковић	Предавач ван радног односа	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	30%

**Табела 1.** Научне, уметничке и стручне квалификације наставника и задужења у настави – Књига наставника (Дати у Прилогу све Табеле).

<b>Име и презиме</b>		Вељко Маринковић				
<b>Звање</b>		редовни професор				
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, од 2003.				
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Пословна економија				
<b>Академска каријера</b>						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање	2019.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Пословна економија		
Докторат	2010.	Економски факултет Универзитета у Београду	Економија	Пословна економија и менаџмент		
Специјализација		-				
Магистратура	2007.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија		
Мастер		-				
Диплома	2003.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија		
<b>Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија</b>						
Р.Б.	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
1.		Понашање потрошача		Економија и пословно управљање; Пословна информатика	ОАС	
2.		Истраживање тржишта		Економија и пословно управљање; Пословна информатика	ОАС	
3.		Квантитативна анализа у маркетингу		Економија и пословно управљање; Пословна информатика		МАС

Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)		
1.	Rejman Petrović, D., Nedeljković, I., Marinković, V. 2022. The role of the hedonistic and utilitarian quality dimensions in enhancing user satisfaction in mobile banking, International Journal of Bank Marketing, Vol. 40, No. 7, pp. 1610-1631, <a href="https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0112">https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0112</a> , (M22)	
2.	Marinković, V., Lazarević, J. 2021. Eating habits and consumer food shopping behaviour during COVID-19 virus pandemic: insights from Serbia, British Food Journal, Vol. 123, No. 12, pp. 3970-3987, DOI: 10.1108/BFJ-11-2020-1072 (M22)	
3.	Marinković, V., Đorđević, A., Kalinić, Z. 2020. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, Technology Analysis & Strategic Management, Vol. 32, No. 3, pp. 306-318, ISSN: 1465-3990, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)	
4.	Kalinić, Z., Marinković, V., Đorđević, A., Liébana-Cabanillas, F. 2020. What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, Journal of Enterprise Information Management, Vol. 33, No. 1, pp. 71-94, ISSN 1741-0398, DOI 10.1108/JEIM-05-2019-0136 (M21)	
5.	Kalinić, Z., Marinković, V., Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F. 2019. A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 49, pp. 143-153. <a href="https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016">doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016</a> (M21)	
6.	Marinković, V., Stojanović-Aleksić, V., Bošković, A. 2019. Do Socially Responsible Companies Benefit from Higher Levels of Customer Satisfaction, Trust and Loyalty?, Journal of East European Management Studies, Vol. 24, No. 4, pp. 653-677, DOI: 10.5771/0949-6181-2019-4-653 (M23)	
7.	Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I., Kalinić, Z. 2018. Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. Technological Forecasting & Social Change. Vol. 129, pp. 117-130. <a href="https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015">doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015</a> (M21)	
8.	Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., Kalinić, Z. 2017. A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. International Journal of Information Management. Vol. 37, No. 2, pp. 14-24; DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008 (M21a)	
9.	Marinković, V., Kalinić, Z. 2017. Antecedents of customer satisfaction in mobile commerce: Exploring the moderating effect of customization, Online Information Review, 41(2), 138-154. DOI 10.1108/OIR-11-2015-0364 (M22)	
10.	Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V. 2017. Going for gold as a leisure tourism continuum: clustering motivations for gold panning revisit intention, Leisure Studies, Vol. 36, No. 6, pp. 764-777, ISSN: 1466-4496, DOI: 10.1080/02614367.2016.1250803 (M22)	
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника		
Укупан број цитата	967 у бази Web of Science; 1236 у бази SCOPUS	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	23	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи-1	Међународни
Усавршавања		
Други подаци које сматрате релевантним: Добитник Светосавске повеље за изузетна постигнућа Универзитета у Крагујевцу		
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела несме прећи једну А4 страну.		

Име и презиме	Јелена Ерић Нилсен (Nielsen)
Звање	ванредни професор
Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, од 2002.
Ужа научна односно уметничка област	Пословна економија

Академска каријера						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање	2020.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Пословна економија		
Докторат	2013.	Економски факултет Универзитета у Београду	Економија	Менаџмент и пословна економија		
Магистратура	2009.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија		
Диплома	2002.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија		
Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија						
Р.Б.	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС, ОАС	МСС,МА С,САС
1.		Увод у менаџмент		Економија и пословно управљање; Пословна информатика	ОАС	
2.		Предузетнички менаџмент		Економија и пословно управљање;	ОАС	
3.		Корпоративно предузетништво		Економија и пословно управљање;		МАС
4.		Зелено предузетништво и животна средина		Економија и пословно управљање;		МАС
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)						
1.	Nikolić, J., Erić Nielsen, J., & Peković, J. (2022). Board Structure and Bank Performance: The Mediating Role of Intellectual Capital, <i>Our Economy</i> , 68(2), 28-42, UDK: 005.55:336.71, DOI: 10.2478/ngoe-2022-0009 (M23)					
2.	Erić Nielsen, J., Marinković, V., & Nikolić, J. (2019). Erić Nielsen, J., Marinković, V. & Nikolić, J. (2020). A Strategic Approach to Organizational Entrepreneurship: Employees' Awareness of Entrepreneurial Strategy, <i>Economic Annals</i> , 64(222), 117-146 <a href="https://doi.org/10.2298/EKA1922117E">https://doi.org/10.2298/EKA1922117E</a> (M24)					
3.	Erić Nielsen, J., Babić, V., Stojanović-Aleksić, V., & Nikolić, J. (2019). Driving Forces of Employees' Entrepreneurial Intentions: Leadership Style and Organizational Structure, <i>Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies</i> , forthcoming, doi: 10.7595/management.fon.2019.0020. (M24)					
4.	Стојановић-Алексић, В., Ерић Нилсен, Ј., & Бошковић, А. (2019). Organizational Prerequisites for Knowledge Creation and Sharing: Empirical Evidence from Serbia, <i>Journal of Knowledge Management</i> , Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print, <a href="https://doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0286">https://doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0286</a> . (M21)					
5.	Ерић Нилсен, Ј., Стојановић-Алексић, В., & Златановић, Д. (2019). The Challenges of Managing the Entrepreneurial Organization, <i>Економика</i> , 65(2), 87-98. (Erih Plus)					
6.	Николић, Ј., Бабић, В., & Ерић, Ј. (2013). Ownership structure and corporate financial performance in Serbia: empirical evidence. <i>Actual Problems of Economics</i> , 9(147), 446-455. (M23)					
7.	Стојановић-Алексић, В., Бабић, В., & Ерић, Ј. (2012). Charismatic leadership: Concept, sources and effects. <i>Теме</i> , 36(1), 205-217. (M24)					
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника						
Укупан број цитата		109				
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		7				
Тренутно учешће на пројектима		Домаћи	Међународни			
Усавршавања		United States of America (јануар-мај 2008), Alfred Lerner College of Business Administration and Economics, University of Delaware, USA.				

<b>Име, средње слово, презиме</b>		Весна Р. Стојановић-Алексић	
<b>Звање</b>		Редовни професор	
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним радним временом и од када</b>		Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, запослена од 27.03.1995. године.	
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Пословна економија	
<b>Академска каријера</b>			
	Година	Институција	Ужа научна, уметничка или стручна област
Избор у звање	2017	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Пословна економија
Докторат	2006	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Менаџмент и пословна економија
Специјализација			
Магистратура	1999	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Менаџмент и пословна економија
Диплома	1994	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Менаџмент и пословна економија
<b>Списак предмета које наставник држи на студијама првог и другог нивоа</b>			
	Назив предмета	Назив студијског програма, врста студја	Врста студија
1.	Организација предузећа	Економија, Пословна економија и менаџмент, Основне академске	ОАС
2.	Лидерство	Економија и Пословна економија и менаџмент, мастер академске студије	МАС
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>			
1.	<b>Stojanović-Aleksić, V.,</b> Erić Nielsen, J., & Bošković, A. (2019). Organizational Prerequisites for Knowledge Creation and Sharing: Empirical Evidence from Serbia, <i>Journal of Knowledge Management</i> , 23(8), 1543-1565. (ISSN 1367-3270, UDK 005.32(497.11), COBISS.SR-ID 513972316) doi: <a href="http://dx.doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0286">http://dx.doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0286</a> (M21)		
2.	<b>Весна Стојановић-Алексић</b> (2017). <b>Управљање променама пословних процеса</b> , - Крагујевац : Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 2017 (Крагујевац : Интер Принт). - 244 стр. : илустр. ; 24 цм, ИСБН 978-86-6091-071-6, УДК 005.5, 005.94, ЦОБИСС.СР-ИД 230158604 (M42)		
3.	<b>Vesna Stojanović-Aleksić, Milan Stamenković, Marina Milanović</b> (2016). <b>The analysis of leadership styles in Serbian organizations: gender influence</b> = Анализа лидерских стилова у српским организацијама : утицај пол /- Наћин pristupa (URL): <a href="http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/issue/archive">http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/issue/archive</a> (URL): <a href="http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME">http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME</a> . - Srodni elektronski izvor: <a href="http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/article/view/300/180">http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/article/view/300/180</a> . - Апстракт ; Abstract. -, U: Теме., Часопис за друштвене науке Универзитета у Нишу, Ниш - ISSN 0353-7919. - God. 55, br. 3 (2016), str. 363-383., doi: 10.22190/TEME1604 3 83S, UDK 005-055(497. 11), COBISS.SR-ID 513620828 (M24)		
4.	<b>Stojanović-Aleksić, V. &amp; Bošković, A.</b> (2018). Knowledge-supporting Organizational Culture as a Precondition of the Efficiency and Competitiveness of an Organization. In: Krstić, B. (redaktor). <i>Strengthening the Competitiveness of Enterprises and National Economies., thematic collection of papers of international significance</i> (pp. 193-210.), Niš: Faculty of Economics University of Nis. (ISBN: 978-86-6139-154-5, UDK 005.94:378]:005.73, COBISS.SR-ID 513858396) (M14)		
5.	Marinković, V., <b>Stojanović-Aleksić, V. &amp; Bošković, A.</b> (2019). Do Socially Responsible Companies Benefit from Higher Levels of Customer Satisfaction, Trust and Loyalty?, <i>Journal of East European Management Studies</i> , 24(4), 654-678. (ISSN 0949-6181, UDK 005.35/.5:339 COBISS.SR-ID 513975388) <a href="https://doi.org/10.5771/0949-6181-2019-4-654">https://doi.org/10.5771/0949-6181-2019-4-654</a> (M23=4 бода)		

6.	Marko Slavković, Verica Babić, Vesna Stojanović-Aleksić (2015). <b><u>Talent management: limitations for serbian organizations</u></b> = Управљање талентима : могућности и ограничења за е / Način pristupa (URL): <a href="http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/article/view/45/19">http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/article/view/45/19</a> , <a href="http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/issue/ar">http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/issue/ar</a> sopus za društvene nauke Univerziteta u Nišu, Niš - ISSN 0353-7919. - God. 39, br. 2 (2015), str. 361-375. COBISS.SR-ID (M24)
7.	<b>Stojanović-Aleksić, V.</b> & Bošković, A. (2016). What really drives corporate social responsibility?. <i>Management: Journal Of Sustainable Business And Management Solutions In Emerging Economies</i> , 22(3), 75-87. (ISSN 2406-0658, UDK 005.35(497.11), COBISS.SR-ID 513715548) doi: 10.7595/management.fon.2017.0018 (M24)
8.	<b>Vesna Stojanović-Aleksić</b> (2015). <b><u>Leading teams in the organizational change process: experience from Serbian organizations</u></b> , U: Contemporary management and marketing methods in improving competitiveness of companies in Serbia in the process of its integration in European Union, Thematic collection of papers of international significance edited by Nebojša Janićijević. - Belgrade : University of Belgrade, Publishing center, Faculty of Economics, 2015. - ISBN 978-86-403-1452-7. - (2015), Str. 67-86, UDK 005.3, COBISS.SR-ID 513620572 (M14)
9.	<b>Весна Стојановић-Алексић</b> (2007). <b><u>Лидерство и организационе промене</u></b> - Крагујевац : Економски факултет, 2007 (Краљево : Комино траде). - 327 стр. : табеле, граф. прикази ; 24 цм, Тираж 100. стр.321-[328]. одобрено одлуком Наставно- научног већа Економског факултета у Крагујевцу, бр.1680/48, од 04.07.2007. године. ИСБН978-86-82203-75-9 , УДК 005.322, ЦОБИСС.СР-ИД 143633676 (M42)
10.	Erić Nielsen, J., Babić, V., <b>Stojanović-Aleksić, V.</b> , & Nikolić, J. (2019). Driving forces of employees' entrepreneurial intentions – leadership style and organizational structure. <i>Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies</i> , 24(3), 59-69. (ISSN 1820-0222, UDK 005.3, COBISS.SR-ID 513972828) doi: doi:10.7595/10.7595/management.fon.2019.0020 (M24=4 бода)

**Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника**

Укупан број цитата		
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	10	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи 2	Међународни
Усавршавања		

<b>Име и презиме</b>	Дејана Р. Златановић			
<b>Звање</b>	Ванредни професор			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, запослена од 03.09.2001.			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>	Пословна економија			
<b>Академска каријера</b>				
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област
Избор у звање	2020.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Пословна економија
Докторат	2015.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија
Специјализација	-	-		Менаџмент и пословна економија
Магистратура	2008.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија
Мастер	-	-	-	-

Диплома	2001.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија	
<b>Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија</b>					
Р.Б	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија (ОСС, ССС, ОАС, МСС, МАС, САС)
1.		Управљање иновацијама		Економија и пословно управљање Пословна информатика	ОАС
2.		Наука о менаџменту		Економија и пословно управљање	ОАС
3.		Пословно преговарање		Економија и пословно управљање	МАС
4.		Развој новог производа		Економија и пословно управљање	МАС
5.		Менаџмент у јавном сектору		Економија и пословно управљање	МАС
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>					
1.	<b>Zlatanović, D., Mulej, M. &amp; Ženko, Z. (2022). Corporate Social Responsibility Considered with Two Systems Theories: A Case from Serbia. <i>Naše gospodarstvo/Our Economy</i>, 68 (3), 10-17. (Erih plus)</b>				
2.	<b>Nikolić, J., Mirić, M., &amp; Zlatanović, D., (2022). Does Ownership Type Matter for Innovativeness and Learning Orientation? Empirical Evidence from Serbia. <i>Teme</i>, 46 (4), 995-1099. (M23)</b>				
3.	<b>Savović, S., Nikolić, J., Zlatanović, D. (2022). Acquisitions, Organizational Culture and Performance: Empirical Evidence from Acquired Company in Serbia. <i>Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies</i>, 27(3), 23-34. (M24)</b>				
4.	<b>Štrukelj, T., Zlatanović, D., Nikolić, J., &amp; Sternad Zabukovšek, S. (2021). The viable system model's support to social responsibility, <i>Kybernetes</i>, 50 (3), 812-835. (M23)</b>				
5.	<b>Štrukelj, T., Nikolić, J., Zlatanović, D., &amp; Sternad Zabukovšek, S. (2020). A strategic model for sustainable business policy development. <i>Sustainability</i>, 12(2), 1-28. (M22)</b>				
6.	<b>Zlatanović, D., Nikolić, J., &amp; Nedelko, Z. (2020). A systemic approach to improving innovativeness in higher education, <i>Teme</i>, 44 (2), 441-461. (M24)</b>				
7.	<b>Strukelj T., Zlatanović, D., Nikolić, J., &amp; Sternad Zabukovšek, S. (2019). A cyber-systemic learning action approach towards selected students' competencies development, <i>Kybernetes</i>, 48 (7), 51-153. (M23)</b>				
8.	<b>Zlatanović, D. (2017). A Multi-Methodological Approach to Complex Problem Solving: The Case of Serbian Enterprise. <i>Systems</i>, 5 (2), 1-16. (M23)</b>				
9.	<b>Zlatanović, D. (2015). A Holistic Approach to Corporate Social Responsibility as a Prerequisite for Sustainable Development: Empirical Evidence, <i>Ekonomski anali</i>, 60 (207), 69-94. (M24)</b>				
10.	<b>Zlatanović, D., Mulej, M. (2015). Soft-systems approaches to knowledge-cum-values management as innovation drivers, <i>Baltic Journal of Management</i>, 10 (4), 497-518. (M23)</b>				
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>					
Укупан број цитата		Scopus: 59 Citations; h-Index 4			
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		4			
Тренутно учешће на пројектима (број)		Домаћи: Пројекат „Савремени изазови економског развоја Републике Србије“ који се спроводи на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу.	Међународни: /		
Усавршавања		Курс за наставу на енглеском језику на Универзитету у Крагујевцу <i>Teaching in English as A Medium of Instruction</i> , Новембар-Децембар 2021; Студијски боравак на Економско-пословном факултету универзитета у Марибору,			

	Словенија, у периоду 15. новембар - 15. децембар 2013. године; Staff Teaching Mobility, Faculty of Economics and Business, University of Maribor (07-11.05.2018); Staff Mobility for Training, Cracow University of Economics (07-11.06.2021).-
--	---

Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. **Ова табела несме прећи једну А4 страну.**

<b>Име и презиме</b>		Јелена Д. Николић			
<b>Звање</b>		Ванредни професор			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, од 03.09.2001.			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Пословна економија			
<b>Академска каријера</b>					
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област	
Избор у звање	2015	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економске науке	Пословна економија	
Докторат	2014	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економске науке	Менаџмент и пословна економија	
Специјализација	-	-	-	-	
Магистратура	2008	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економске науке	Менаџмент и пословна економија	
Диплома	2001	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Економске науке	Менаџмент и пословна економија	
<b>Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија</b>					
Р.Б	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија (ОСС, ССС, ОАС, МСС, МАС, САС)
1.		Увод у менаџмент		Економија и пословно управљање Пословна информатика	ОАС
2.		Пословно одлучивање		Економија и пословно управљање Пословна информатика	ОАС
3.		Корпоративно управљање		Економија и пословно управљање	МАС
4.		Пословно преговарање		Економија и пословно управљање	МАС
5.		Менаџмент у јавном сектору		Економија и пословно управљање	МАС
6.		Корпоративно		Економија и пословно	МАС

	предузетништво	управљање
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>		
1.	<b>Nikolić, J.,</b> Erić Nielsen, & Peković, J. (2022). Board Structure and Bank Performance: The Mediating Role of Intellectual Capital, <i>Our Economy</i> , 68(2), 28-42, DOI: 10.2478/ngoe-2022-0009 ( <b>Erih Plus</b> )	
2.	<b>Nikolić, J.,</b> Mirić, M., & Zlatanović, D. (2022). Does Ownership Type Matter for Innovativeness and Learning Orientation? Empirical Evidence From Serbia. <i>Teme</i> , Vol. XLVI (4), 995-1099. ( <b>M23</b> )	
3.	Savović, S., <b>Nikolić, J.,</b> & Zlatanović, D. (2022). Acquisitions, Organizational Culture and Performance: Empirical Evidence from Acquired Company in Serbia. <i>Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies</i> , 27(3), 23-34. ( <b>M24</b> )	
4.	Štrukelj, T., Zlatanović, D., <b>Nikolić, J.,</b> & Sternad Zabukovšek, S. (2021). The viable system model's support to social responsibility, <i>Kybernetes</i> , 50 (3), 812-835. ( <b>M23</b> )	
5.	<b>Nikolić, J.,</b> & Zlatanović, D. (2020). Critical Systems Perspective of Strategic Decision Making: The Role of Values and Context. U Nedelko, Z., Brzozowski, M. (red.), <i>Recent Advances in the Roles of Cultural and Personal Values in Organizational Behavior</i> IGI Global, Hershey: Business Science Reference: 55-80. ( <b>M13</b> )	
6.	Štrukelj, T., <b>Nikolić, J.,</b> Zlatanović, D., & Sternad Zabukovšek, S. (2020). A strategic model for sustainable business policy development. <i>Sustainability</i> , 12(2), 1-28. ( <b>M23</b> )	
7.	Zlatanović, D., <b>Nikolić, J.,</b> & Nedelko, Z. (2020). A systemic approach to improving innovativeness in higher education, <i>Teme</i> , 44 (2), 441–461. ( <b>M24</b> )	
8.	Erić Nielsen, J., Marinković, V., & <b>Nikolić, J.</b> (2020) A Strategic Approach to Organizational Entrepreneurship: Employees' Awareness of Entrepreneurial Strategy, <i>Economic Annals</i> , 64 (222), 117-146. ( <b>M24</b> )	
9.	Štrukelj, T., Zlatanović, D., <b>Nikolić, J.,</b> & Sternad Zabukovšek, S. (2019). A cyber-systemic learning action approach towards selected students' competencies development. <i>Kybernetes</i> , Vol. 48 No. 7, pp. 1516-153. ISSN: 0368-492X. <a href="https://doi.org/10.1108/K-09-2018-0517">https://doi.org/10.1108/K-09-2018-0517</a> ( <b>M23</b> )	
10.	<b>Nikolić, J.</b> (2018). Predrasude u procesu odlučivanja i mogućnosti njihovog prevazilaženja. <i>Ekonomski horizonti</i> , 20 (1), 45-59. <b>M(51)</b>	
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>		
Укупан број цитата	48	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	3	
Тренутно учешће на пројектима (број)	Домаћи Домаћи пројекат „ Савремени изазови економског развоја Републике Србије“ који се спроводи на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу.	Међународни
Усавршавања	Teaching University Courses in English (2016) Pedagoške kompetencije univerzitetskih nastavnika (2011) Akademske veštine (2010)	
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. <b>Ова табела несме прећи једну А4 страну.</b>		

<b>Име и презиме</b>	Срђан Шапић			
<b>Звање</b>	Редовни професор			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, од 1998. године			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>	Пословна економија			
<b>Академска каријера</b>				
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област

Избор у звање	2019.	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Пословна економија
Докторат	2010.	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија
Специјализација	-	-	-	
Магистратура	2004.	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија
Мастер	-	-	-	
Диплома	1996.	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија

**Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија**

Р.Б	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија (ОСС, ССС, ОАС, МСС, МАС, САС)
1.		Међународни маркетинг		Економија и пословно управљање	ОАС
2.		Међународно пословање		Економија и пословно управљање	ОАС
3.		Менаџмент и маркетинг услуга		Економија и пословно управљање, Пословна информатика	ОАС
4.		Интеркултурални маркетинг		Економија и пословно управљање	МАС

**Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)**

1.	Šarić, S., Filipović, J., Dlačić, J. (2019). Consumption in fast-food restaurants in Croatia and Serbia. <i>British food journal</i> , Vol. 121, No. 8, str. 1715-1729, ISSN 0007-070X. doi: <a href="https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0264">10.1108/BFJ-04-2018-0264</a> . UDK 640.433(497.11) COBISS.SR-ID <a href="https://www.cobiss.rs/cobiss/513934428">513934428</a> (M22)
2.	Šarić, S., Kocić, M., Radaković, K. (2018), The effect of a product's country of origin on the customer loyalty creation process, <i>Teme</i> , Vol. 42, No. 4, str. 1297-1317, ISSN 0353-7919. UDK 338.518:659 COBISS.SR-ID 513876828 (M24)
3.	Šarić, S., Kocić, M., Filipović, J. (2018), Brand and consumer characteristics as drivers of behaviour towards global and local brands, <i>Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci</i> , Vol. 36, No. 2, str. 619-645, ISSN 1331-8004, UDK 658.626:658.89 COBISS.SR-ID 513876572 (M23)
4.	Šarić, S., Knežević, M. (2018), Legal regulation and usage of electronic trade in Republic of Serbia = Правна регулатива и коришћење електронске трговине у Републици Србији, <i>Економика</i> , God. 64, br. 3, str. 1-22, ISSN 0350-137X. - UDK 658.8(497.11) COBISS.SR-ID 513876060 (ERIH +)
5.	Šarić, S., Furtula, S., Durkalić, D. (2018), Prestige and national identity as predictors of food products purchase, <i>Ekonomika poljoprivrede</i> , Vol. 65, br. 2, str. 643-657, ISSN 0352-3462. - UDK 323.1:338.439 COBISS.SR-ID 513855836 (M24)
6.	Šarić, S., Furtula, S., Aleksić, M. (2017), Testing the attitude toward the use of e-commerce based on the customer's educational level: The case of the Republic of Serbia, <i>Ekonomski vjesnik</i> , Vol. 30, no. 2, str. 273-286, ISSN 0353-359X. - UDK 658.89:339.1(497.11) COBISS.SR-ID 513730652 (M23)
7.	Obradović, S., Šarić, S., Furtula, S., Lojanica, N. (2017), LINKAGES between Inflation and Economic Growth in Serbia: An ARDL Bounds Testing Approach, <i>Inžinerinje ekonomika</i> , Vol. 28, No. 4, str. 401-410, ISSN 1392-2785. doi: 10.5755/j01.ee.28.4.14003 UDK 330.34(497.11) COBISS.SR-ID 513701724

	(M23)
8.	Kocić, M., Šapić, S., Golo, J. (2017), The Impact of Foreign Direct Investments on the Image of a City: the Example of Fiat Company and the City of Kragujevac, <i>Теме</i> , Vol. 41, Br. 1 (2017), str. 119-137, ISSN 0353-7919. – UDK 339.727.22(497.11Kragujevac) COBISS.SR-ID 513654876 (M24)
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>	
Укупан број цитата	83
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	15
Тренутно учешће на пројектима (број)	Домаћи      Међународни
Усавршавања	
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. <b>Ова табела не сме прећи једну А4 страну.</b>	

<b>Име и презиме</b>		Јована Филиповић			
<b>Звање</b>		Доцент			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, од 2013.			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Пословна економија			
<b>Академска каријера</b>					
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област	
Избор у звање	2021	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Пословна економија	
Докторат	2020	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Пословна економија	
Специјализација	-	-	-	-	
Магистратура	-	-	-	-	
Мастер	2014	Економски факултет, Универзитет у Крагујевацу	Економија	Менаџмент и пословна економија	
Диплома	2012	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу	Економија	Менаџмент и пословна економија	
<b>Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија</b>					
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија (ОСС, ССС, ОАС, МСС, МАС, САС)
1.		Међународно		Економија и пословно	ОАС

		пословање		управљање	
2.		Међународни маркетинг		Економија и пословно управљање	ОАС
3.		Менаџмент и маркетинг услуга		Економија и пословно управљање, Пословна информатика	ОАС
4.		Интеркултурални маркетинг		Економија и пословно управљање	МАС
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>					
1.	Šapić, S., Lazarević, J., Filipović, J. (2021). The effect of country - of - origin image trough quality, design and attractiveness related to product on consumer loyalty. <i>The European Journal of Applied Economics</i> . Vol. 18, No. 1, pp. 137-150, ISSN 2406-2588, DOI: 10.5937/EJAE18-28972, [COBISS.SR-ID 35698953] (M51)				
2.	Filipović, J., Šapić, S. (2020). The impact of consumers' traveling and media activities on consumer behaviour towards purchasing global brands. <i>Менаџмент у хотелијерству и туризму</i> . Vol. 8, No. 1, pp. 25-35, DOI: 10.5937/menhottur2001025F, [COBISS.SR-ID 15276297] (M51)				
3.	Šapić, S., Filipović, J., Dlačić, J. (2019). Consumption in fast-food restaurants in Croatia and Serbia. <i>British Food Journal</i> , Vol. 121, No. 8, str. 1715-1729, ISSN 0007-070X. doi: <a href="https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0264">10.1108/BFJ-04-2018-0264</a> . UDK 640.433(497.11) COBISS.SR-ID <a href="https://doi.org/10.5937/COBISS.SR-ID-513934428">513934428</a> (M22)				
4.	Šapić, S., Kocić, M., Filipović, J. (2018), Brand and consumer characteristics as drivers of behaviour towards global and local brands, <i>Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci</i> , Vol. 36, No. 2, str. 619-645, ISSN 1331-8004, UDK 658.626:658.89 COBISS.SR-ID 513876572 (M23)				
5.	Kocić, M., Šapić, S., Filipović, J. (2017). The Impact of Foreign Direct Investments on the Image of a City: the Example of Fiat Company and the City of Kragujevac. <i>Теме</i> , Vol. 41, No. 1, pp. 119-137, ISSN 0353-7919, doi: 10.22190/TEME1701119K, [COBISS.SR-ID 513654876] (M24)				
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>					
Укупан број цитата				4	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе				2	
Тренутно учешће на пројектима				Домаћи 1	Међународни -
Усавршавања				-	
Други подаци које сматрате релевантним -					
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела не сме прећи једну А4 страну.					

<b>Име и презиме</b>		Зоран Калинић			
<b>Звање</b>		Редовни професор			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, од 01.02.2005. године			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Примењено рачунарство			
<b>Академска каријера</b>					
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област	
Избор у звање	2021	Универзитет у Крагујевцу	Електротехничко и рачунарско инжењерство	Примењено рачунарство	
Докторат	2012	Факултет инжењерских наука Универзитета у	Електротехничко и рачунарско	Примењено рачунарство	

		Крагујевцу	инжењерство			
Специјализација	-					
Магистратура	2004	Факултет инжењерских наука Универзитета у Крагујевцу	Техничко-технолошке науке	Аутоматско управљање		
Мастер	-					
Диплома		Факултет инжењерских наука Универзитета у Крагујевцу	Техничко-технолошке науке	Аутоматско управљање		
<b>Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија</b>						
Р.Б.	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
1		Електронско пословање		Економија и пословно управљање; Пословна информатика	ОАС	
2		Електронска трговина		Економија и пословно управљање; Пословна информатика		МАС
3		Вештачка интелигенција		Пословна информатика		МАС
4		Електронска управа		Финансијски менаџмент јавне управе		МАС
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>						
1.	Liebana-Cabanillas, F., Marinković, V., Kalinić, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. <i>International Journal of Information Management</i> , Vol. 37, Issue 2, pp. 14-24. (M21a).					
2.	Liebana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., Kalinic, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , Vol. 129, April 2018, pp. 117-130. (M21a).					
3.	Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z., Marinkovic, V. and Liébana-Cabanillas, F. (2020). A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles, <i>Energy Policy</i> , Vol. 136, No. 111076, (M21a).					
4.	Singh, S., Singh, N., Kalinić, Z. & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: An extended perceived value theory of streaming addiction, <i>Expert Systems with Applications</i> , Vol. 168, 114241, <a href="https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241">https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241</a> (M21a).					
5.	Kalinić, Z., Marinković, V., Kalinić, Lj. & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Neural network modeling of consumer satisfaction in mobile commerce: An empirical analysis, <i>Expert Systems with Applications</i> , Vol. 175, 114803, <a href="https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803">https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803</a> (M21a).					
6.	Sternad Zabukovšek S., Bobek S., Zabukovšek U, Kalinić Z. & Tominc, P. (2022). Enhancing PLS-SEM Enabled Research with ANN and IPMA: Research Study of Enterprise Resource Planning (ERP) Systems' Acceptance Based on the Technology Acceptance Model (TAM). <i>Mathematics</i> , 10, 1379, <a href="https://doi.org/10.3390/math10091379">https://doi.org/10.3390/math10091379</a> (M21a).					
7.	Kalinic Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction, <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , Vol. 49, pp. 143-153, (M21).					
8.	Pozón-López, I., Kalinic, Z., Higuera-Castillo, E. & Liébana-Cabanillas, F. (2020) A multi-analytical approach to modeling of customer satisfaction and intention to use in Massive Open Online Courses (MOOC), <i>Interactive Learning Environments</i> , Vol. 28, Issue 8, pp. 1003-1021, DOI: 10.1080/10494820.2019.1636074 (M21)					
9.	Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A. and Liebana-Cabanillas, F. (2020), What drives customer					

	satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, Journal of Enterprise Information Management, Vol. 33 No. 1, pp. 71-94, (M21).	
10.	Liébana-Cabanillas, F., Singh, N., Kalinic, Z. & Carvajal-Trujillo, E. (2021). Examining the determinants of continuance intention to use and the moderating effect of the gender and age of users of NFC mobile payments: a multi-analytical approach. Information Technology and Management, Vol. 22, pp. 133-161, <a href="https://doi.org/10.1007/s10799-021-00328-6">https://doi.org/10.1007/s10799-021-00328-6</a> (M22).	
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>		
Укупан број цитата	WoS: 930, SCOPUS: 1.228	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	21	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи: 1	Међународни
Усавршавања	Дужа усавршавања: Универзитет Баскије, Сан Себастијан, Шпанија, јун 2004. (30 дана); Универзитет у Марибору, Словенија, октобар-новембар 2007. (42 дана); Гостујућа предавања на Економском универзитету у Кракову (2012, 2013, 2014, 2016, 2018), Универзитету у Марибору (2017), Saimaa универзитету примењених наука, Финска (2019), Универзитету у Евори, Португал (2019), Економском универзитету у Катовицама, Пољска (2019), Технички универзитет Vilnius Gediminas, Виљнус, Литванија (2021) и Универзитет у Јордану, Аман, Јордан (2023).	
Други подаци које сматрате релевантним		
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела несме прећи једну А4 страну.		

<b>Име и презиме</b>		Љиљана Матић				
<b>Звање</b>		Сарадник у настави				
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 11.01.2023.				
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Примењено рачунарство				
<b>Академска каријера</b>						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање	2022.	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	Електротехничко и рачунарско инжењерство	Примењено рачунарство		
Докторат						
Специјализација						
Магистратура						
Мастер						
Диплома	2022.	Факултет инжењерских наука Универзитета у Крагујевцу	Електротехничко и рачунарско инжењерство	Примењено рачунарство		
<b>Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија</b>						
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
1		Електронско пословање		Економија и пословно	ОАС	

				управљање; Пословна информатика		
2		Електронска трговина		Економија и пословно управљање; Пословна информатика		МАС
3		Вештачка интелигенција		Пословна информатика		МАС
4		Електронска управа		Финансијски менаџмент јавне управе		МАС

**Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)**

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

**Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника**

Укупан број цитата	-	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	-	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи 1	Међународни -
Усавршавања		

Други подаци које сматрате релевантним

Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела несме прећи једну А4 страну.

<b>Име и презиме</b>	Дражен Марић			
<b>Звање</b>	Ванредни професор			
<b>Назив институције у којој наставник ради са пунимлинепунимрадним временом и од када</b>	Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, 09.09.2021.			
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>	Маркетинг и трговина			
<b>Академска каријера</b>				
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област
Избор у звање	2016	Економски факултет у Суботици	Економија	Маркетинг и трговина
Докторат	2014	Економски факултет у Суботици	Економија	Маркетинг и трговина
Магистратура	2009	Економски факултет у Суботици	Економија	Маркетинг и трговина
Диплома	1999	Економски факултет у Суботици	Економија	Маркетинг и трговина
<b>Списак предмета за које је наставник акредитован на првом/лид другом/степену студија</b>				

Р.Б.	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија (ОСС, ССС, ОАС, МСС, МАС, САС)
1.	ОЕ2005	Понашање потрошача		Економија	ОАС
2.	ОЕ2009	Маркетинг услуга		Економија	ОАС
3.	МДМ009	Вирални маркетинг		Дигитални маркетинг	МАС
4.					
5.					
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>					
1.	Димитровски, Д., Сенић, В., Марић, Д., Маринковић, В., (2017), COMMEMORATIVE EVENTS AT DESTINATION MEMORIALS - A DARK (HERITAGE) TOURISM CONTEXT, International Journal of Heritage Studies, Routledg Taylor & Francis, Vol. 23 Issue 8 pg. 695-708. ISBN 1352-7258				
2.	Томић, С., Лековић, К., Марић, Д., Паскаш, Н. (2018). THE ROLE OF CHILDREN IN FAMILY VACATION DECISION-MAKING PROCESS. Теме, XLII (2), pg. 661-677, print ISSN 0353-7919, online ISSN 1820-7804				
3.	Марић, Д., Маринковић, В., Марић, Р., Димитровски, Д., (2016), ANALYSIS OF TANGIBLE AND INTANGIBLE HOTEL SERVICE QUALITY COMPONENTS, Индустија (Journal Industry JSE) Vol.44 (No. 1), Економски Институт (Economic Institute), Београд, стр. 7-25, UDK - 33, ISSN 0350-0373 el ISSN 2334-8526				
4.	Грубор, А., Ковач Жнидершић, Р., Марић, Д., (2015), С-2-С MARKET RELATIONS AND WORD OF MOUTH, Economic Annals No. 207, Економски факултет у Београду, стр. 117-134, ISSN: 0013-3264, DOI: 10.2298/ЕКА1507117G				
5.	Томић, С., Марић, Д., Лековић, К., Јевтић, Ј. (2018). CONSUMER'S PROPENSITY TO COMPLAIN TOWARDS TOURIST AGENCIES' SERVICES: EVIDENCE FROM SERBIA AND CROATIA. Индустија, Економски Институт (Economic Institute), Београд 46 (3), pg. 113-131, ISSN0350-0373				
6.	Томић, С., Лековић, К., Марић, Д. (2018). GOALS OF CONSUMERS IN THE CONTEXT OF SLOW TOURISM. Маркетинг – Часопис за маркетинг, теорију и праксу, Издавач: СЕМА Српско Удружење за Маркетинг, Економски факултет Београд print ISSN 0354-3471, online ISSN 2334-8364				
7.	Лековић, К., Томић, С., Марић, Д., Ђурчић, Н., (2020.), COGNITIVE COMPONENT OF THE IMAGE OF A RURAL TOURISM DESTINATION AS A SUSTAINABLE DEVELOPMENT POTENTIAL. Sustainability, 12, MDPI, pg. 1-12., ISSN 2071-1050, (кореспондент)				
8.	Марић, Д., Лековић, К., Томић, С., (2020.), SLOW TOURISM CONSUMERS' RECOMMENDATIONS. Теме, XLIV (4), стр. 1429-1440, UDK 338.48:659.186, print ISSN 0353-7919, online ISSN 1820-7804				
9.	Марић, Д., Сударевић, Т., Паскаш, Н., (2017.), ИНТЕРПЕРСОНАЛНА КОМУНИКАЦИЈА ПОТРОШАЧА НА ТРЖИШТУ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ, Менаџмент и Маркетинг, Трендови и утицаји на ефикасност тржишта у Републици Србији, Економски Факултет У Београду, стр. 241 - 255, ISBN: 978-86-403-1538-8				
10.	Марић, Д., Лековић, К., Томић, С. (2020.), E-WOM THROUGH THE PRISM OF SOCIO-DEMOGRAPHIC ANALYSIS OF USERS OF TOURIST SERVICES. Економика, Издавач Друштво економиста Економика, X-XII (4), стр. 1-12. UDK: 338 (497.1)				
<b>Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника</b>					
Укупан број цитата			96		
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе			2		
Тренутно учешће на пројектима			Домаћи	Међународни	
Усавршавања	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Portland State University USA, School of Business Administration 2004.</li> <li>✓ Facolta di Economia Udine Italia 2006.</li> <li>✓ School of Public Finance and Taxation, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, P.R. China, 2015.</li> </ul>				

Други подаци које сматрате релевантним  
Члан Српске Асоцијације за Маркетинг СЕМА, (2015 - 2018 Надзорни Одбор СЕМА)

<b>Име и презиме</b>		Драгутин Мареновић				
<b>Звање</b>		Мастер економиста				
<b>Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када</b>		Endava Digital Services d.o.o., 01.08.2020.				
<b>Ужа научна односно уметничка област</b>		Менаџмент и пословна економија				
<b>Академска каријера</b>						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање						
Докторат						
Специјализација						
Магистратура						
Мастер	2017.	Економски Факултет Крагујевац	Економске науке	Менаџмент и пословна економија		
Диплома	2016.	Економски Факултет Крагујевац	Економске науке	Менаџмент и пословна економија		
<b>Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија</b>						
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
1		Квантитативна анализа у маркетингу		Пословна економија и менаџмент		МАС
<b>Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)</b>						
1.	Предавање студентима треће године ОАС на Економском факултету у Крагујевцу на предмету „Понашање потрошача“ на тему Употреба софтвера Weka у маркетинг истраживањима.					
2.	Предавање студентима четврте године ОАС на Економском факултету у Крагујевцу на предмету „Директни маркетинг“ на тему Дигиталног маркетинга и Улоге запослених економског профила у „ИТ“ компанији.					
3.	Предавање студентима МАС на Економском факултету у Крагујевцу на предмету „Међународни маркетинг“ на тему Дигиталног маркетинга и Улоге запослених економског профила у „ИТ“ компанији.					
4.	2020., 2021. и 2022. године предавања студентима МАС на Економском факултету у Крагујевцу на предмету „Квантитативна анализа у маркетингу“ на тему Употреба софтвера SPSS у истраживањима „ИТ“ компаније.					
5.	Учешће у планирању процеса акредитације новог смера на Економском факултету у Крагујевцу, као саветник из праксе испред компаније „Comtrade Solutions Engineering“.					
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						

Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника		
Укупан број цитата		
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи	Међународни
Усавршавања		
Други подаци које сматрате релевантним		
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела несме прећи једну А4 страну.		

Име и презиме		Вељко Давидовић				
Звање		Дипломирани инжењер машинства				
Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када		Casa Forte doo (20.11.2012.)				
Ужа научна односно уметничка област		Индустријско инжењерство				
Академска каријера Гостујући предавач на Пословном факултету Универзитета Сингидунум, пројекат Coin&Fund, публиковани стручни и научни радови						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање						
Докторат						
Специјализација						
Магистратура						
Мастер						
Диплома	2001	Машински факултет у Београду	Машинско инжењерство	Индустријско инжењерство		
Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија						
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)						
1.	Водио мултикултуралне продајне тимове у Србији, Европским земљама и Африци ( више на линку: <a href="https://casaforte.rs/team/">https://casaforte.rs/team/</a> )					
2.	Консултант са листе EBRD - Европске Банке за обнову и развој за ASB програм (advice for small business) за предузећа из Србије					
3.	Консултант са листе EBRD - Европске Банке за обнову и развој за IP (international program) за предузећа из иностранства у земљама где је EBRD заступљен					
4.	Коаутор књиге "Корак испред-приручник за развој малих и средњих предузећа", 2022, ISBN-978-86-904046-0-5					
5.	Сарадник OECD-а на програму Global money Week					
6.	ФМЦГ (fast moving consumer goods) експерт - Delta Maxi, Delhaize, Nelt Srbija, Nelt Afrika)					
7.	Гостујући предавач на Пословном факултету Универзитета Сингидунум					
8.	Коаутор едукативног онлине алата, виртуално предузеће Coin&Fund које је у употреби у наставном програму на Пословном факултету Универзитета Сингидунум					
9.	Коаутор рада: "Is Serbian Economy Ready to Use Digital Tools in Busines Decision-Making Process?", JEL: A20, G30, G53, DOI: 10.5937/industrija47-23211, UDC:					

	004:658.5(497.11)005.92:004.63, Original Scientific Paper, Available online 15 October 2019	
10.	Коаутор рада: Унапређење пословних процеса у индустрији папира, графике и амбалаже путем извођења КПИ, са посебним фокусом на продају, Зборник радова XXIII сипозијума из области целулозе, папира, амбалаже и графике (23;2018;Златибор), страна 163-170	
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника		
Укупан број цитата		
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи Улазак у ланац добављача мултинационалних корпорација-пројекат који подржава Развојна агенција Србије за Клијента 4М специјални алати, Нови Бановци	Међународни
Усавршавања	EBRD едукације- Продаја и маркетинг, Кризни менаџмент, Управљање променама, Имплементација ЕСГ стандарда у малом и средњем предузећу- едукације Светске банке	
Други подаци које сматрате релевантним: вишегодишњи активан рад на спајању привреде и академске заједнице, ажурно о текућим активностима на линку: <a href="https://casaforte.rs/news/">https://casaforte.rs/news/</a> и у приложеном В.Давидовић -остали релевантни документи		
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела не сме прећи једну А4 страну.		

Име и презиме		Биљана Лазаревић				
Звање		Дипломирани економиста				
Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када		Casa Forte doo (29.мај 2017.)				
Ужа научна односно уметничка област		Менаџмент и пословна економија				
Академска каријера Гостујући предавач на Пословном факултету Универзитета Сингидунум, пројекат Coin&Fund, публиковани стручни и научни радови						
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област		
Избор у звање						
Докторат						
Специјализација						
Магистратура						
Мастер						
Диплома	2003	Економски факултет Крагујевац	Економске науке	Менаџмент и пословна економија		
Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија						
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС

Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)		
1.	Искуство у раду у банкарском систему, великим, малим и средњим предузећима (више на линку: <a href="https://casaforte.rs/team/">https://casaforte.rs/team/</a> )	
2.	Консултант са листе EBRD - Европске Банке за обнову и развој за ASB програм (advice for small business) за предузећа из Србије	
3.	Консултант са листе EBRD - Европске Банке за обнову и развој за IP (international program) за предузећа из иностранства у земљама где је EBRD заступљен	
4.	Акредитовани предавач Националне академије за јавну управу (НАЈУ)	
5.	Менторка у програму "Подели своје знање", Европског покрета у Србији и Америчке амбасаде	
6.	Гостујући предавач на Пословном факултету Универзитета Сингидунум	
7.	Идејни творац и коаутор едукативног онлине алата, виртуално предузеће Coin&Fund које је у употреби у наставном програму на Пословном факултету Универзитета Сингидунум	
8.	Коаутор књиге "Корак испред-приручник за развој малих и средњих предузећа", 2022, ISBN-978-86-904046-0-5	
9.	Коаутор рада: "Is Serbian Economy Ready to Use Digital Tools in Busines Decision-Making Process?", JEL: A20, G30, G53, DOI: 10.5937/industrija47-23211, UDC: 004:658.5(497.11)005.92:004.63, Original Scientific Paper, Available online 15 October 2019	
10.	Коаутор рада: Унапређење пословних процеса у индустрији папира, графике и амбалаже путем извођења КПИ, са посебним фокусом на продају, Зборник радова XXIII сипозијума из области целулозе, папира, амбалаже и графике (23;2018;Златибор), страна 163-170	
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника		
Укупан број цитата		
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи Улазак у ланац добављача мултинационалних корпорација-пројекат који подржава Развојна агенција Србије за Клијента 4М специјални алати, Нови Бановци	Међународни
Усавршавања	Контролинг менаџмент, Агилни менаџмент, (Scrum master), Couching for Lean culture, EBRD едукације- Продаја и маркетинг, Кризни менаџмент, Управљање променама, Имплементација ЕСГ стандарда у малом и средњем предузећу- едукације Светске банке	
Други подаци које сматрате релевантним: вишегодишњи активан рад на спајању привреде и академске заједнице, ажурно о текућим активностима на линку: <a href="https://casaforte.rs/news/">https://casaforte.rs/news/</a> и у приложеном документу Б.Лазаревић-остали релевантни документи		
Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела не сме прећи једну А4 страну.		

Име и презиме	Владимир Маринковић			
Звање	доктор техничких наука - област организационих наука			
Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када	Сунце Маринковић доо (од 2005.)			
Ужа научна односно уметничка област	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације			
Академска каријера Гостујући предавач на Пословном факултету Универзитета Сингидунум, пројекат Coin&Fund, публиковани стручни и научни радови				
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област

Избор у звање						
Докторат	2016.	ФОН	Организационе науке	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације		
Специјализација						
Магистратура	2008	ФОН	Организационе науке	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације		
Мастер	2006	ФОН	Организационе науке	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације		
Диплома	2004	Филолошки Факултет Београд	Германистика	немачки језик и књижевност		
Списак предмета које наставник држи на првом или другом степену студија						
Р.Б. 1,2,3....	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија	
					ОСС,ССС,ОАС	МСС,МАС,САС
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)						
1.	искуство у вођењу сектора продаје и маркетинга у породичној фирми (МСП) као и у менаџменту целе фирме					
2.	Тренер на обуци: Искуства Србије са МСП (Проблеми МСП у Србији, Могућности МСП у Србији) Предузетништво, Особине предузетника, Пословно планирање) Палестински Универзитет Бирзеит					
3.	Тренер на обуци: Продајне и ЦРМ стратегије (технике продаје; повећање продаје и задовољства купаца; како искористити маркетиншке алате за јачање своје конкурентске предности; како створити маркетиншки микс за најбољи УСП)					
4.	Тренер на обуци: Модел брендирања - СБА академија					
5.	Тренер на обуци: Оспособљавање групе незапослених особа о предузетништву и корпоративном комуницирању, НВО Школа Мира					
6.	Тренинг на обуци: Кризни ПР, БСЦ Крагујевац и Др. Гилберт Центар					
7.	Тренер на обуци: Маркетиншке и ПР комуникације, Бизнис Линк					
8.	Тренинзи и цоацхинг сесије за различите теме: (маркетинг, ПР, продајне технике, организациона култура и интерна комуникација) Технопромет, ДБТ оклови, ЕМА Кнић, ГЕАЛАН Србија, РЕХАУ Аустрија, Тара Цонцепт, Блажеск, Оби, Градис.					
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника						
Укупан број цитата						
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе						
Тренутно учешће на пројектима				Међународни		
Усавршавања						
Други подаци које сматрате релевантним: објављени научни радови и књиге: Планирање активности наслеђивања породичних фирми у Србији, Суморг 2018, Значај примене концепта ЦРМ у банкарском сектору, Банкарство, 2015 Унапређење стратегије иновативности малих и средњих предузећа у грађевинској индустрији кроз улагање у развој ЦРМ програма и БСЦ матрице, Имк-14 – Ресерч Анд Девелопмент Ин Хеаву Мацхинеру, 2016 Управљање вредношћу бренда са посебним освртом на емоционални аспект брендирања, Економски Сигнали, 2015 Значај планирања стратегије кризних комуникација за финансијске институције, Банкарство, 2013 КРИЗНИ ПР односи с јавношћу у кризним ситуацијама, Бусинес Старт- уп центар, 2009,						

Лекције које се не уче у школи, Лимес пресс, 2017

Ове податке дати за сваког наставника, или користећи исту форму формулара формирати књигу свих наставника у установи, која се у том слушају даје као прилог. Ова табела не сме прећи једну А4 страну.

**Табела 2.** Листа ангажованих наставника и сарадника на КП студија

Р.Б	Матични број	Име, средње слово, презиме	Звање	Датум избора	Ужа научна, уметн.однос.стручна област за коју је биран	Час ова активне настава на КП студија	Укупно часова активне настава на свим КП студија	Процент запослења у установи
1.	1306978720019	Вељко Р. Маринковић	Редовни професор	27.09.2019.	Пословна економија	16	16	100%
2.	2509977725043	Јелена М. Ерић Нилсен (Nielsen)	Ванредни Професор	10.06.2020.	Пословна економија	12	12	15%
3.	1812970729117	Весна Р. Стојановић-Алексић	Редовни професор	29.07.2017.	Пословна економија	32	32	100%
4.	2901977725032	Дејана Р. Златановић	Ванреди професор	09.09.2020.	Пословна економија	18	18	100%
5.	0108977726013	Јелена Д. Николић	Ванредни професор	14.11.2019.	Пословна економија	18	18	100%
6.	0405971720018	Срђан М. Шапић	Редовни професор	27.09.2019.	Пословна економија	24	24	100
7.	1212989725042	Јована С. Филиповић	Доцент	15.12.2021.	Пословна економија	16	16	100
8.	1108971720025	Зоран С. Калинић	Редовни професор	21.09.2021.	Примењено рачунарство	20	20	100%
9.	0609999725036	Љиљана Н. Матић	Сарадник у настави	30.11.2022.	Примењено рачунарство	16	16	100%
10.	0103975820029	Дражен С. Марић	Ванреди професор	09.09.2021.	Маркетинг и трговина	20	20	30%
11.	0111993780010	Драгутин П. Мареновић	Мастер економиста	01.08.2020.	Менаџмент и пословна економија	12	12	30%
12.	0106976710145	Вељко Б. Давидовић	Дипломирани инжењер машинства	20.11.2012.	Индустријско инжењерство	12	12	30%
13.	0309977726612	Биљана Д. Лазаревић	Дипломирани економиста	29.05.2017.	Менаџмент и пословна економија	12	12	30%
14.	1805981720131	Владимир Маринковић	доктор техничких наука - област организационих наука	01.12.2019.	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	12	12	30%

**Прилог 1. Уговори о раду, избори у звања, дипломе, наставника и сарадника ангажованих на КП студија.**

Р.Б	Матични број	Презиме, средње слово, име	Звање	Датум избора	Процент запослења у установи	Дипломе (највиши степен)	Избор у звање (последњи)	Уговор о раду/Уговор о допунском раду
1.	1306978720019	Вељко Р. Маринковић	Редовни професор	27.09.2019.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
2.	2509977725043	Јелена М. Ерић Нилсен	Ванредни професор	10.06.2020	15%			<a href="#">Сва документација</a>
3.	1812970729117	Весна Р. Стојановић-Алексић	Редовни професор	29.07.2017.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
4.	2901977725032	Дејана Р. Златановић	Ванредни професор	09.09.2020.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
5.	0108977726013	Јелена Д. Николић	Ванредни професор	14.11.2019.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
6.	0405971720018	Срђан М. Шапић	Редовни професор	27.09.2019.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
7.	1212989725042	Јована С. Филиповић	Доцент	15.12.2021.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
8.	1108971720025	Зоран С. Калинић	Редовни професор	21.09.2021.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
9.	0609999725036	Љиљана Н. Матић	Сарадник у настави	30.11.2022.	100%			<a href="#">Сва документација</a>
10.	0103975820029	Дражен С. Марић	Ванредни професор	09.09.2021.	30%			<a href="#">Сва документација</a>
11.	0111993780010	Драгутин П. Мареновић	Мастер економиста	01.08.2020.	30%			<a href="#">Сва документација</a>
12.	0106976710145	Вељко Б. Давидовић	Дипломирани инжењер машинства	20.11.2012.	30%			<a href="#">Сва документација</a>
13.	0309977726612	Биљана Д. Лазаревић	Дипломирани економиста	29.05.2017.	30%			<a href="#">Сва документација</a>
14.	1805981720131	Владимир Маринковић	Доктор техничких наука - област организационих наука	01.12.2019.	30%			<a href="#">Сва документација</a>

**Прилог 2. Правилник о избору наставног особља на Установи**

**12. Кратки програм треба да укључи и стручну праксу у некој фирми на послу за кога се студент кратког програма образује.**

Стручна пракса и обука на радном месту треба да траје од 10% до 30% у односу на време трајања кратког програма; може бити изражена и у ЕСПБ.

**Прилог: Стручна пракса**

Опис стручне праксе: Стручна пракса ће се одвијати у виду блок наставе у предузећима Casa Forte, Сунце Маринковић, Тара доо (и у просторијама других предузећа која са Факултетом буду имала потписан Уговор о сарадњи у циљу извођења практичне

наставе на кратком програму студија) или на терену, уз надзор и подршку струковног координатора или стручног лица из наставне базе, а према програму стручне праксе. Током трајања стручне праксе полазници ће бити упознати са радом ових предузећа, продајним активностима у домену управљања каналима продаје, одржавања односа са клијентима, пословног преговарања, вођења продајног тима, финансијске анализе и продајног контролинга.

**Табела 5.2А Спецификација стручне праксе**

Назив КП студија: Менаџмент продаје
Врста и ниво студија: КП студија
<b>Наставник или наставници задужени за организацију стручне праксе :</b> проф. др Вељко Маринковић
Број ЕСПБ: 6
Услов: у складу са Законом о високом образовању и Статутом факултета.
<p><b>Циљ</b></p> <p>СТИЦАЊЕ практичних искустава, знања и вештина које карактеришу пожељног запосленог за послодавца и пожељног члана продајног тима током боравка студената у предузећима и/или другим радним срединама путем студија случаја и/или извршавања радних задатака у реалном пословном окружењу. Стручна пракса ће помоћи полазницима програма да лакше овладају вештинама пословне комуникације и преговарања, осмишљавања промотивне кампање и праћења продајних резултата.</p>
<p><b>Очекивани исходи</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Да се студент оспособи за рад у области продаје усвајањем презентоване позитивне пословне праксе у оквиру предузећа у којима се реализује стручна пракса и/или радним срединама;</li> <li>-Да се студент фамилијаризује са позицијом запосленог у продаји, да му буде јасно које су кључне активности успешног менаџера продаје;</li> <li>-Да студент овлада вештинама анализе продаје и извештавања о оствареним продајним резултатима;</li> <li>-Да студент овлада вештинама корпоративне комуникације (писане и усмене), корпоративним понашањем и изгледом;</li> <li>-Да студент научи како се организује продајни тим, како се саставља план продаје и како се решавају рекламације купаца.</li> </ul>
<p><b>Садржај стручне праксе</b></p> <p>Практичан рад подразумева боравак и рад у предузећима која имају службу за продају или која реализују пројекте из области менаџмента продаје. Алтернативно, полазници могу обавити стручну праксу и на терену уз подршку и надзор струковног координатора уз поштовање свих елемената плана стручне праксе.</p> <p>Полазници ће кроз блокове наставе и боравак у предузећима Casa Forte Београд, Сунце Маринковић, Тара доо или у просторијама других предузећа која са Факултетом буду имала потписан Уговор о сарадњи у циљу извођења практичне наставе на кратком програму студија, бити упознати са радом и продајним активностима ових предузећа, реализованим и текућим пројектима унапређења продаје код различитих клијента и гостујућим предавањима истакнутих директора продаје великих, малих и средњих предузећа из Србије и региона. Стручна пракса ће бити организована у форми блок наставе и то у 5 блокова по дванаест часова (цео радни дан од 8 сати), у завршне две недеље кратког програма студија. Уколико због броја пријављених буде непходно, блок настава се може одржати и у недељама које претходе последњим недељама у складу са капацитетима предузећа у којима се реализује стручна пракса.</p> <p>Студенти ће имати на располагању књигу "Корак испред-приручник за развој малих и средњих предузећа", 2022, ISBN-978-86-904046-0-5 коаутора В. Давидовић/Б. Лазаревић која ће им омогућити лакше разумевање практичне стране продаје и продајног контролинга. Током праксе студенти воде акциони план у који ће уносити опис делегираних послова, рок за завршетак, статус задатка (извршен, извршен са кашњењем, није извршен, одложен, отказан) уз</p>

формулисање закључака и практичних импликација. Након обављене праксе студенти праве извештај у форми семинарског рада на задату тему који бране пред предметним наставником, а послодавац даје општу оцену ангажовања студента.	
<b>Број часова, ако је специфицирано</b>	<b>60</b>
<b>Методe извођења</b>	
Визуелно,запажања, дискусије, самостални практичан рад,израда семинарског рада	
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>	
Активност у току предавања	0-60
Одбрана семинарског рада	0-40
Максимална дужна 1 страница А4 формата	
Ако у студијском програму постоји стручна пракса тада је обавезно дати описе који се траже	

**Прилог:** Заједнички план стручне праксе

### **13. Простор за реализацију и материјално-техничка подршка**

Настава ће се одвијати комбинованим моделом: класичним држањем наставе у просторијама факултета и одржавањем наставе на даљину - путем интернета, а пракса у просторијама консултантске агенције Casa Forte, предузећа Сунце Маринковић, Тара доо или на терену. Факултет располаже довољно јаком и стабилном интернет везом да подржи онлајн интерактивно предавање путем електронске платформе за пренос звука и слике. Поред тога, факултет је претплаћен на коришћење Moodle платформе у циљу комуникације са полазницима, давања задатака, примера, докумената, стручних материјала, као и аудио и видео записа. Такође, консултантска агенција Casa Forte и предузећа Сунце Маринковић и Тара доо су у складу са уговором са факултетом о реализацији праксе обезбедили потребне услове и материјално техничка средства за извођење стручне праксе.

### **14. Право уписа и компетенције полазника**

Право уписа имају лица са најмање средњим образовањем. Поред тога, право уписа имају лица са вишим нивоима образовања, која су мотивисана да унапреде своја знања и компетенције из области управљања продајом. Пожељне компетенције полазника се огледају у поседовању радног искуства на пословима повезаним са управљањем продајом и маркетингом, као и елементарном познавању енглеског језика и рада на рачунару. Овај програм по врсти, нивоу и обиму знања и вештина за које се полазници обучавају, одговара високом образовању.

Факултет уписује до 50 кандидата по једном уписном року. Редослед кандидата се одређује према ранг листи формираној на основу утиска који кандидати оставе на интервјуу који ће Факултет организовати. У случају пријављивања већег броја кандидата од предвиђеног и уколико два или више кандидата остваре исти број бодова на интервјуу, предност уписа имаће лица чији послодавци имају закључен Споразум са Факултетом. На захтев лица које је завршило кратки програм студирања и које се уписало на студијски програм основних или мастер академских студија, факултет може признати предмете/делове предмета које је студент положио у оквиру кратког програма, зависно од степена преклапања са предметима уписаног студијског програма.

### **15. Оглашавање КП, пријемни испит, рангирање и упис полазника**

КП ће бити оглашен у складу са општим актима факултета. Текст конкурса ће бити објављен на сајту факултета, друштвеним мрежама факултета и у јавним гласилима. Поред тога, оглашавање КП ће бити вршено и на регионалним сајмовима образовања и запошљавања, као и приликом промоције основних и мастер студија факултета у средњим школама. За упис на КП неће бити организован пријемни испит, већ ће

факултет организовати интервју са пријављеним кандидатима. Кандидати који испуњавају услове за упис на КП ће се рангирати на основу целокупног утиска са интервјуа. У случају да одређени кандидати имају исти број бодова, предност ће имати они кандидати чији послодавци имају закључен Споразум са Факултетом.

#### **16. Обавезе кандидата**

Обавеза кандидата је да редовно похађа наставу (максимално 20% изостанака) и активно учествује у дискусијама на часовима, тимском раду и практичним вежбама. Полазници су у обавези да испуне предиспитне обавезе које представљају максимално 70% од укупног броја бодова и положи завршни испит.

#### **17. Величина наставне групе**

Предвиђено је да укупан број уписаних студената на кратком програму буде 50. Наставне групе за стручну праксу ће бити до 15 студената, одређене у складу са заједничким планом стручне праксе. Теоријска настава ће се одвијати комбинованим моделом: класичним држањем наставе у просторијама факултета и одржавањем наставе на даљину - путем интернета (онлајн) и сви полазници биће укључени у исту групу.

#### **18. План реализације наставе**

Настава ће се реализовати током три месеца. Теоријска настава почиње након спроведеног уписа и траје 10 наставних недеља. Часови се одржавају у поподневним или вечерњим терминима, шест пута седмично по четири часа у једном дану. Стручна пракса се обавља у просторијама предузећа Casa Forte, Сунце Маринковић, Тара доо (и у просторијама других предузећа која са Факултетом буду имала потписан Уговор о сарадњи у циљу извођења практичне наставе на кратком програму студија) или на терену, уз надзор и подршку струковног координатора или стручног лица из наставне базе, а према програму стручне праксе, у виду блок наставе (пет блокова по 12 часова, у две наставне недеље).

#### **19. Процедуре за управљање квалитетом кратког програма**

Управљање квалитетом кратког програма је базирано на приступу који се састоји од документације процеса кратких програма, постизања побољшања и применом побољшаних процеса. Како би се успешно управљало квалитетом кратких програма неопходно је спроводити непрестана унапређења, а организација мора придавати значај полазницима и њиховим искуствима и ставовима. Такође, за успешно управљање квалитетом важна је укљученост свих запослених на факултету. Како би се успешно управљало квалитетом потребно је искористити све потенцијале запослених, спроводити тимски рад и стимулативну политику. Ради обезбеђења квалитета кратког програма Факултет, на предлог декана, одређује руководиоца програма из реда наставника Факултета, који је задужен за праћење и унапређивање квалитета наставе и комуникацију и сарадњу са послодавцима, полазницима и наставним базама, као и контролу извођења наставе и праксе и усклађивање практичних и академских аспеката КП. На предлог Руководиоца кратког програма, декан именује академског координатора, такође из реда наставника Факултета. У уговору између Факултета и наставне базе, обавезно се предвиђа именовање струковног координатора за кратки програм из редова запослених у наставној бази. У току припреме и реализације кратког програма, струковни координатор тесно сарађује са академским координатором, на тај начин што заједнички усклађују и координишу активности у оквиру кратког програма, односно академске и практичне аспекте кратког програма студија. По налогу руководиоца кратког програма, академски и струковни координатор врше интерну евалуацију резултата наставног процеса. Наиме, на крају сваког циклуса кратког програма организује се анонимна анкета свих полазника, којом се оцењује субјективни квалитет кратког програма, и утврђују добре стране и уочени недостаци кратког програма. Такође, организује се и анкета међу наставницима укљученим у кратки програм. За организацију и спровођење анкете

задужени су академски и струковни координатор, са административном подршком. На основу анализе резултата спроведених анкета, руководилац кратког програма декану предлаже мере за унапређење кратког програма. Такође, руководилац кратког програма, по завршетку сваке школске године кратког програма студирања, подноси декану извештај о реализацији наставе и квалитету наставног процеса. Након што се упозна са извештајем руководиоца програма, декан може да наложи примену мера за унапређење квалитета наставног процеса, уколико оцени да је потребно.

Процедуре за управљање квалитетом у кратким програмима студија укључују и:

1. Организацију скупова са полазницима и наставницима уз евиденцију и анализу долазности, предлога за унапређење и анализу тренутног стања у похађању наставе и успешности у полагању предмета,
2. Интерну евалуацију наставног процеса и организације кратких студија,
3. Дефинисање улога и активности у координацији наставе и праксе.

## **20. Подаци о висини школарине**

Цена школарине представља материјалну противвредност која мора да буде уплаћена за право уписа и реализације наставе кратког програма. По правилу, цена школарине се измирује приликом уписа од стране послодавца или самог полазника, а одлуком Факултета може бити омогућена уплата школарине у више рата, али најкасније до завршетка трајања кратког програма. Висина школарине је одређена на основу параметара прописаних унутрашњом регулативом факултета, односно на бази трошкова одржавања наставе (изражене у цени наставног часа), трошкова осталих активности везаних за организацију кратких програма студија и осталих трошкова. Елаборатом је предвиђено да кратки програм има 240 часова активне наставе, а цена једног часа је процењена на 20.000 динара бруто, односно укупни трошкови за наставнике су 4.800.000 динара бруто. Уз то, предвиђени су додатни трошкови за остале активности везане за организацију кратког програма (промотивне активности, административни и технички послови, итд.), који су процењени на 1.200.000 динара по једном циклусу кратког програма. Дакле, укупни трошкови једног циклуса кратког програма су процењени на 6.000.000 динара. Предвиђено је да група има 50 полазника, тако да је цена школарине одређена у износу од 120.000 динара.

## **21. Услови које је ВШУ испуњенила за реализацију КП студија**

1. Приликом акредитације, факултет је навео спремност да организује КП из области у којој има акредитован и реализован студијски програм основних академских студија под називом Економија и пословно управљање (као и истоимени студијски програм мастер академских студија).
2. Факултет је активност за КП унео у статут и има одговарајуће акте (пре свега, Правилник о кратким програмима студија Економског факултета Универзитета у Крагујевцу) којима се на ближи начин уређује припрема, доношење и реализација КП.
3. КП се организује у укупном обиму наставног процеса од 300 часова активне наставе (30 ЕСПБ), траје до три месеца и обезбеђује стицање одговарајућег сертификата.
4. Активна настава обухвата теоријска предавања и практичне вежбе у обиму од 20-30 часова недељно, односно 240 часова укупно и додатну праксу/обуку на радном месту у обиму од 20% од часова активне наставе, односно 60 часова.
5. Настава на КП-у ће се одвијати комбинованим моделом: класичним држањем наставе у просторијама факултета и одржавањем наставе на даљину - путем интернета (онлајн), уз стручну праксу која се обавља на класичан начин, у просторијама предузећа-партнера, односно на терену.
6. При упису на студијски програм основних или мастер академских студија на

- Факултету, може се вршити признавање ЕСПБ бодова стечених у оквиру КП-а.
7. На захтев лица које је завршило КП и које се уписало у прву годину студијског програма основних академских или мастер студија, Факултет, уз сагласност предметног наставника, може признати предмете/делове предмета које је студент положио у оквиру КП-а, зависно од степена преклапања са предметима уписаног студијског програма. О извршеном признавању Факултет доноси посебну одлуку о признавању са образложењем, у складу са актом којим на ближи начин уређује припрему, доношење и реализацију КП-а као и актом о признавању испита на Факултету, у којој се наводе предмети/делови предмета који су положени у оквиру КП-а и одговарајући број ЕСПБ који могу бити признати на уписаном студијском програму.
  8. Полазнику који је положио све испите и/или је прошао верификацију стеченог знања и вештина, тј. који је успешно стекао предвиђене исходе учења, Факултет на посебном обрасцу издаје Сертификат о завршеном КП-у. Ова исправа представља потврду да је полазник обучен и оспособљен да обавља конкретан посао и радне задатке, дефинисане исходима КП-а.
  9. У додатку овог сертификата, наводе се:
    - а) списак предмета, које је полазник положио, са припадајућим ЕСПБ и добијеном оценом;
    - б) знања и вештине, као исходи учења, које је стекао полазник, а који су релевантни за посао за који се издаје сертификат;
    - ц) опис посла за који је носилац сертификата оспособљен.
  10. Факултет води евиденцију о реализованим КП-има и издатим сертификатима у складу са законом којим се уређује високо образовање и својим општим актима. По правилу, евиденција се води у штампаној форми, а може се водити и електронски.

#### **ПРИЛОЗИ:**

1. [Документација](#) о КП студија
2. [Уверење](#) о акредитацији ВШУ
3. [Уверење](#) о акредитацији студијског програма из научно-образовне или уметничке области којој припада КП