

ФАКУЛТЕТ ЕКОНОМСКИ У БЕОГРАДУ

Број захтева: _____

Датум: _____

СЕНАТУ УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ
- ПОСРЕДСТВОМ ВЕЋА НАУЧНИХ ОБЛАСТИ ПРАВНО-ЕКОНОМСКИХ НАУКА

ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ РЕДОВНОГ ПРОФЕСОРА
(члан 65. Закона о високом образовању)

I – ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ ПРЕДЛОЖЕНОМ ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ РЕДОВНОГ ПРОФЕСОРА

1. Име, средње име и презиме кандидата др Бојан (Вукадин) Зечевић
2. Ужа научна, односно уметничка област за коју се наставник бира Економска политика и развој-Економика туризма
3. Радни однос са пуним или непуним радним временом са пуним радним временом
4. До овог избора кандидат је био у звању ванредног професора у које је први пут изабран 11.04.2012. за ужу научну област /наставни предмет Економска политика и развој-Економика туризма

II - ОСНОВНИ ПОДАЦИ О ТОКУ ПОСТУПКА ИЗБОРА У ЗВАЊЕ

1. Датум истека изборног периода за који је кандидат изабран у звање 11.04.2017.
2. Датум и место објављивања конкурса 02.11.2016.
3. Звање за које је расписан конкурс редовни професор

III – ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ ЗА ПРИПРЕМУ РЕФЕРАТА И О РЕФЕРАТУ

1. Назив органа и датум именовања Комисије Изборно веће, 26.10.2016.

2. Састав Комисије за припрему реферата:

Име и презиме	Звање	Ужа научна област umetnička oblast	Организација у којој је запослен
1) Др Гојко Рикаловић	ред.проф.	Економска политика и развој	Економски факултет у Београду
2) Др Биљана Јовановић Гавриловић	ред.проф.	Економска политика и развој	Економски факултет у Београду
3) Др Слободан Унковић	Проф. емеритус.	Економска политика и развој	у пензији

3. Број кандидата пријављених на конкурс 1

4. Да ли је било издвојених мишљења чланова комисије не

5. Датум стављања реферата на увид јавности 27.12.2016.

6. Начин (место) објављивања реферата на Web сајту Економског факултета у Београду

7. Приговори _____

IV – ДАТУМ УТВРЂИВАЊА ПРЕДЛОГА ОД СТРАНЕ ИЗБОРНОГ ВЕЋА ФАКУЛТЕТА

Потврђујем да је поступак утврђивања предлога за избор кандидата др Бојана Зечевића у звање редовног професора вођен у свему у складу са одредбама Закона, Статута Универзитета, Статута факултета и Правилника о начини и поступку стицања звања и заснивање радног односа наставника Универзитета у Београду.

ПОТПИС ДЕКАНА ФАКУЛТЕТА

Прилози:

1. Одлука изборног већа факултета о утврђивању предлога за избор у звање;
2. Реферат Комисије о пријављеним кандидатима за избор у звање;
3. Сажетак реферата комисије о пријављеним кандидатима за избор у звање;
4. Доказ о непостојању правоснажне пресуде о околностима из чл.62.ст.4. Закона
5. Други прилози релевантни за одлучивање (мишљење матичног факултета, приговори и слично).

Напомена: сви прилози, осим под бр. 4. достављају и у електронској форми

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
Број:
Датум:
БЕОГРАД

На основу члана 65. Закона о високом образовању ("Сл. гласник РС" бр. 76/05, 100/07-аутентично тумачење, 97/08, 44/10, 93/12, 89/13, 99/14, 45/2015 – аутентично тумачење, 68/2015 и 87/2016) и чл. 58. и 92. Статута Економског факултета, број 4738/1 - пречишћен текст, Изборно веће Економског факултета, на седници одржаној 08.02.2017. године, донело је

О Д Л У К У

1. Утврђује се предлог за избор **ЗЕЧЕВИЋ др БОЈАНА, ванредног професора**

**у звање РЕДОВНОГ ПРОФЕСОРА за ужу научну област
Економска политика и развој – Економика туризма**

2. Предлог за избор у звање из тачке 1. ове Одлуке доставља се Универзитету ради доношења одлуке о избору.

Доставити:
- Именованом
- Универзитету у Београду
- Служби за опште и правне послове
- Архиви

ПРЕДСЕДНИК ВЕЋА
Д Е К А Н

Проф. др Бранислав Боричић

**НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ
ЕКОНОМСКОГ ФАКУЛТЕТА
УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ**

На основу одлуке Научно-наставног већа Економског факултета Универзитета у Београду бр.3874/2 од 26. октобра 2016. године одређени смо у Комисију за припрему извештаја по конкурс за избор у звање и заснивање радног односа за једног редовног професора за ужу научну област Економска политика и развој – Економика туризма. На основу детаљне анализе конкурсног материјала подносимо Изборном већу следећи

ИЗВЕШТАЈ

На конкурс објављен у огласним новинама Националне службе за запошљавање „Послови“, од 02.11.2016. године, у предвиђеном року од 15 дана пријавио се један кандидат – др Бојан Зечевић, ванредни професор на Економском факултету у Београду.

Основни биографски подаци о кандидату

Бојан Зечевић је рођен 1964. године у Београду. Дипломирао је на Економском факултету у Београду 1988. године на одсеку Опште економије, смер Туризам. Завршивши последипломске студије на Економском факултету у Београду, курс Туризам са просечном оценом 9,87, одбранио је 1994. године магистарски рад под називом *"Компјутерски резервациони системи у дистрибуцији туристичког производа"*. Докторску дисертацију под називом *"Информациона технологија у управљању маркетингом туристичке дестинације"* одбранио је 5.11.2002. године. Промовисан је за доктора економских наука на Универзитету у Београду 24.04.2003. године. Запослен је на Економском факултету у Београду у звању ванредног професора за ужу научну област Економска политика и развој – Економика туризма. На истом Факултету је био асистент-приправник, асистент и доцент.

Наставна активност

Др Бојан Зечевић има дугогодишње искуство у педагошком раду. Он је крајем 1988. године изабран за асистента-приправника на предмету Економика туризма, а почетком 1995. године за асистента на истом предмету. У исто звање на истом предмету поново је изабран почетком 1999, а такође и почетком 2003. године. Исте године је изабран у звање доцента за ужу научну област Економска политика и развој – Економика туризма. Године 2008. поново је биран у звање доцента за исту научну област, а 2012. године у звање ванредног професора. Поред наведеног предмета, кандидат је, као асистент, изводио и вежбе и на предметима Пословање угоститељских и туристичких организација и Маркетинг у туризму на четвртој години студија смера за Туризам и хотелијерство, а као доцент и ванредни професор је, поред Економике туризма, изводио и изводи наставу и на предмету Маркетинг у туризму. Био је руководилац специјалистичких студија Менаџмент туристичког производа, где је био ангажован на предметима Управљање туристичким производом и Туристичко тржиште. На магистарским студијама је био ангажован на предмету Управљање маркетингом у туристичкој политици. На актуелним академским мастер студијама Економског факултета у Београду, где је руководилац курса, развио је и изводи наставу на предметима Стратегијски менаџмент туристичких предузећа и Стратегијски менаџмент туристичких дестинација, док је на докторским студијама

ангажован на предмету Менаџмент и маркетинг у туризму. Коаутор је уџбеника Економика туризма који је ове, 2016. године, доживео 28. измењено и прерађено издање.

Кандидат је успешан у развоју научнонаставног подмлатка. Био је члан Комисије за одбрану докторске дисертације колеге Александра Ђорђевића, који сада држи наставну на предмету Менаџмент предузећа у туризму. Такође је био ментор и члан комисије за одбрану магистарског рада колеге Игора Ковачевића, као и члан Менторске комисије и члан Комисије за оцену подобности теме и кандидата на докторским студијама за колегу Игора Ковачевића и колегиницу Браниславу Христов. Ово двоје сарадника успешно изводе вежбе на предметима Економика туризма и Маркетинг у туризму.

У свим досадашњим оцењивањима педагошког рада од стране студената др Бојан Зечевић је добио високе оцене. У свим годинама након избора у звање ванредног професора, кандидат има високе оцене у студентским анкетама на оба предмета која предаје. Најнижа просечна оцена, када се посматра по годинама студија, је 4,16, а највиша 4,72. Осим наставе и испита колега Зечевић је у периоду од последњег избора до данас, на Економском факултету у Београду био први члан две менторске комисије за докторске кандидате, први члан две комисије за оцену подобности докторске теме и кандидата, члан две комисије за оцену и одбрану докторске дисертације, ментор на 11 мастер радова, члан комисије за одбрану 24 мастер рада, ментор и члан комисије за одбрану пет магистарских радова.

Стручно-професионални и шири допринос

Кандидат је био укључен и у друге активности, како на Факултету, тако и у организацијама ван Факултета. Овде наводимо следеће:

- Члан Комисије за мастер академске студије на Економском факултету у Београду.
- Члан Комисије за израду елабората о оправданости оснивања студијског програма Туризам и хотелијерство II циклуса студија на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Члан уређивачког одбора часописа Маркетинг.
- Био је уредник тематског зборника радова *Економска политика и развој*
- Члан научног одбора међународне конференције *REDETE (Researching Entrepreneurship and Economic Development)* – 2014, 2015, 2016. године.
- Члан научног одбора *XIII International Scientific Conference on Service Sector (INSCOSES)*, Ohrid, 06-07 October, 2016.
- Члан научног одбора конференције *Јахорински пословни дани*, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. године.
- Члан пројектног тима на пројекту Министарства просвете и науке Републике Србије бр. 179062 под називом *Улога савремених метода менаџмента и маркетинга у унапређењу конкурентности предузећа у Србији у процесу њене интеграције у Европску унију* (руководилац пројекта проф. др Небојша Јанићијевић).
- Члан Научног друштва економиста Србије
- Члан Српског удружења за маркетинг - СЕМА
- Председник Комисије за проглашење туристичког простора Министарства економије и регионалног развоја (до 2014. године)
- Члан Испитне комисије за туристичке водиче Министарства трговине, туризма и телекомуникација
- Члан пројектног тима на пројекту *The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia*. Council of Europe, 2015, носилац пројекта: London School of Economics and Political Science.
- Рецензент је Комисије за акредитацију и проверу квалитета високошколских установа Републике Србије, у пољу друштвено-хуманистичких наука, где је оценио квалитет више студијских програма везаних за туризам и хотелијерство, почев од додипломских

- студијских програма, преко дипломских струковних, потом мастер и докторских програма, различитих факултета и високих струковних школа.
- Као програмски директор Центра за истраживања и студије туризма из Новог Сада, др Зечевић је оснивач и коорганизатор највеће едукативне конференције из области туризма и хотелијерства у југоисточној Европи EIAT (*Education and Industry Advancing Together*).
- Коаутор је уџбеника за средњу школу: Зечевић, Б. и др. (2013) *Основи туризма и угоститељства*, Завод за уџбенике, Београд.

Кандидат је активан и на високошколским институцијама ван земље:

- Члан Комисије за израду елабората о оправданости оснивања студијског програма Туризам и хотелијерство II циклуса студија на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Председник Комисије за избор једног асистента на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Члан Комисије за избор једног доцента на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Члан Комисије за оцјену подобности кандидата и теме докторске дисертације, на Економском факултету Универзитета у Бањој Луци

Поред горе наведеног, др Бојан Зечевић је до сада учествовао на изради великог броја пројеката из области туризма, али и других области:

- мастер планови развоја туризма појединих дестинација
- стратегије развоја туризма
- акциони планови развоја туристичких производа и промоције дестинација
- информациони системи у туризму
- оцена улоге малих и средњих предузећа у туризму
- Утицај ПДВ-а на сектор туризма
- студије изводљивости хотелских пројеката
- анализе хотелског тржишта
- различити пројекти и бизнис планови у не-туристичким индустријама и
- друго.

Научно-истраживачка активност кандидата

Кандидат Бојан Зечевић је у досадашњем периоду објавио већи број научних радова, чији је систематизовани списак дат у наставку. Из приложеног списка радова запажа се разноврсна научна и стручна активност кандидата и његова оријентација на ужу научну област за коју и подносимо ову иницијативу:

СПИСАК ОБЈАВЉЕНИХ РАДОВА НАКОН ИЗБОРА У ЗВАЊЕ ВАНРЕДНОГ ПРОФЕСОРА

МЕЂУНАРОДНИ ТЕМАТСКИ ЗБОРНИЦИ РАДОВА И МОНОГРАФСKE СТУДИЈЕ

1	Zečević, B. (2012) Stakeholder Analysis for the Development of Activity-Based Tourism: The Case of Western Serbia. str. 311-328, u: Janićijević, N. (ed.) <i>The Role of Contemporary Management and Marketing Methods in Improvement of Competitiveness of the Companies in Serbia within the Process of its Integration to the European Union</i> . CID - Faculty of Economics, Belgrade. ISBN 978-86-403-1259-2	M14
---	--	-----

2	Zečević, B. (2014) "Hotel performance metrics: the case of Belgrade" pp. 39-47., u: Janićijević, N. (Ed), 2014, <i>Contemporary Management and Marketing Methods in Improving Competitiveness of Companies in Serbia in the Process of its Integration in European Union</i> . CID Ekonomski fakultet, ISBN 978-86-403-1394-0	M14
3	Bartlett, W; Scanlon, K; Whiteshead, C; Branković, N; Mikić, K; Oruč, N; Zečević, B. (2015) <i>The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia</i> . Council of Europe, Brussels, ISBN 978-92-871-8072-8. (autor glave 4, tacka 4.2: str. 55-76)	M14

РАДОВИ ОБЈАВЉЕНИ У НАУЧНИМ ЧАСОПИСИМА

4	Kovačević, I., Zečević, B. and Veljković, S. (2014) Gamification concept: theoretical framework and destination marketing management practice. <i>Ekonomika preduzeća</i> , 2014 LXII (5-6), str. 315-321. ISSN 0353-433 X	M24
5	Ђорђевић А., Ковачевић И., Зечевић Б., (2016), Значај различитих фактора атрактивности у летњим туристичким дестинацијама, <i>Теме</i> , Вол. xxx, бр. xxxx, 2016. Ниш, стр. xx – xx. ISSN xxxx (<i>Рад је прихваћен за објављивање.. Биће објављен у јануару</i>)	M24
6	Ракић, М., Зечевић Б., (2014) Сатисфакција туриста као фактор конкурентске предности региона у Србији, <i>Економске идеје и пракса</i> , 2014 (3), 63-82 стр. ISSN 2217-6217.	M51
7	Зечевић Б., Ђорђевић А, Николић Ј., (2016) Мерење сатисфакције посетилаца међународних културних догађаја, часопис <i>Маркетинг</i> , Вол. 47, бр. 2, 2016. Београд, стр. 104-110. ISSN 0354-3471	M51
8	Zečević, B., Kovačević, I. (2016) Benefit Segmentation of Outbound Summer Package Tourists. <i>Facta Universitatis. Series: Economics and Organization</i> . (<i>Rad je prihvaćen za objavljivanje</i>). ISSN 0354-4699	M51
9	Ђорђевић А, Zečević B., Hristov Stančić B., (2016) Importance of Various Service Types in Hotels – Empirical Analysis, <i>Ekonomске теме</i> . Vol. 54, br. 3, str. 403-423. ISSN: 0353-8648.	M51

РАДОВИ СА МЕЂУНАРОДНИХ НАУЧНИХ СКУПОВА ОБЈАВЉЕНИ У ЦЕЛИНИ

10	Zečević, B., Veljković, S., Ђорђевић А. (2012) Development of Tourism in Serbia During Global Economic Crisis Period. <i>From Global Crisis to Economic Growth. Which Way to Take?</i> Faculty of Economics University of Belgrade. ISBN 978-86-403-1244-8	M33
11	Hristov, B., Kovačević, I., & Zečević, B. (2014) „The Impact of Technological Changes and Use of Internet on the Distribution Channels in Tourism and Hospitality- Case study of four star independent city hotel (Hotel “IN” Belgrade, Serbia)”, p. 2090-2107, 14th EBES conference-Barcelona, October 23-25, 2014., Barcelona, Spain. ISBN 978-605-64002-8-5.	M33
12	Čulić, M., Zečević, B., Kovačević, I. (2015) "Podsticajna putovanja i poslovni turizam kao elementi razvoja destinacija geonasleđa Srbije", str. 202-209. u: <i>Tourism Destination Competitiveness, SITCON - Singidunum International Tourism Conference</i> , 2015, Book of Proceedings, Belgrade September 25. ISBN: 978-86-7912-615-3	M33
13	Pindžo, R., Kovačević, I., Zečević, B. (2016) Integrated Quality Management for MICE Destinations. str. 75-82; u: <i>Quality as a Basis for Tourism Destination Competitiveness</i> . The Second International Scientific Conference in the field of Tourism and Hospitality SITCON 2016, Belgrade, September 30, 2016, Book of Proceedings. 10.15308/Sitcon-2016-75-82	M33

14	Djordjevic, A.; Zecevic, B. (2016) Competitiveness of Package Tours of Touroperators - Significance of Transport Services. pp. 199-214, u: Fošner A. (ed.) ABSRC 2016 Milan Conference Proceedings. Advances in Business-Related Scientific Research Conference (ABRSC) Milan, October 20-21 2016. GEA College. ISBN 978-961-6347-60-0	M33
----	--	-----

РАДОВИ СА МЕЂУНАРОДНИХ НАУЧНИХ СКУПОВА ШТАМПАНИ У ИЗВОДУ

15	Culic, M., Zecevic, B. (2012) Cultural and Natural Heritage in Tourism: Providing a Learning Sustainability Platform in the Region of South East Europe for UNESCO Heritage Sites. p. 24, u: Irena Weber, I., Godnič Vičić, (eds.) <i>4th Ecuentarios: Responsible Tourism, Book of Abstracts</i> . Portorož, 27th-29th September 2012. ISBN 978-961-6469-60-9	M34
----	--	-----

МОНОГРАФИЈЕ НАЦИОНАЛНОГ ЗНАЧАЈА И УЏБЕНИЦИ

16	Унковић С., Зечевић, Б. (2016) <i>Економика туризма</i> . ЦИД, Економски факултет, Београд. ISBN 978-86-403-1493-0	
17	Ђорђевић, А.; Зечевић, Б. (2015) <i>Креирање вредности у туризму</i> . Економски факултет - Центар за издавачку делатност, 2015. ISBN 978-86-403-1409-1 (поглавља I, II, III – тачке 3.1-3.4., Прилог тачке 1-5).	M42

РАДОВИ У ИСТАКНУТИМ ТЕМАТСКИМ ЗБОРНИЦИМА НАЦИОНАЛНОГ ЗНАЧАЈА

18	Зечевић Б., Петковић Г., Ковачевић И. (2014) "Туризам као део националне економије", стр.105-124, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. <i>Економска политика и развој - тематски зборник радова</i> , Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6	M44
19	Христов Б., Зечевић Б., Ковачевић И. (2014) "Примена савремених канала дистрибуције у хотелијерству - пример хотела „Златибор Мона", стр. 125-150, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. <i>Економска политика и развој - тематски зборник радова</i> , Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6	M44
20	Ђорђевић, А.; Зечевић, Б. (2015) "Вредности за кориснике услуга туристичких агенција: поређење ефикасности различитих критеријума сегментације"; стр. 35-53, у Каличанин, Ђ.; Лончар, Д.; Богетић, З.; Тодоровић, М. Тематски зборник радова <i>Стварање вредности - теоријско практични аспекти</i> . ЦИД, Економски факултет у Београду. ISBN 978-86-403-1433-6	M44

УРЕЂИВАЊЕ ТЕМАТСКОГ ЗБОРНИКА

21	Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. (редактори) (2014) "Економска политика и развој" - тематски зборник радова, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014, 125-150 стр. ISBN 978-86-403-1389-6	M48
----	--	-----

УРЕЂИВАЊЕ НАУЧНОГ ЧАСОПИСА НАЦИОНАЛНОГ ЗНАЧАЈА

22	Члан редакције, (2016), Маркетинг: квартални часопис – часопис за маркетинг теорију и праксу, Издавач: СеМА – Српско удружење за маркетинг, Суиздавач: Економски факултет, Универзитет у Београду, ISSN 0354-3471 = Маркетинг (Београд, 1991), COBISS.SR-ID 749828.	M54
----	---	-----

ПРЕДАВАЊА НА СКУПОВИМА НАЦИОНАЛНОГ ЗНАЧАЈА ШТАМПАНА У ЦЕЛИНИ

23	Зечевић, Б., Ринцо, Р. (2016) "Улога подстицаја у унаређењу конкурентности туристичке дестинације: пример Републике Србије", стр. 239-254, у С. Тушевљак, С.; Оцић, Ч.; Машић, Б. (редактори) <i>Економија данас: слободе, конкуренција, субвенције</i> . Зборник радова са научног скупа, Андрићград, 01.-02. септембар 2016. Универзитет у Источно Сарајеву, Економски факултет Пале. ISBN 978-99976-610-3-6	M61
24	Зечевић, Б., Ковачевић, И. (2012) Туризам и одрживи развој: мапирање стејкхолдера – пример из Србије, стр 13-27, у: Атељевић Ј. (ур.) <i>Јахорински пословни дани: Развој људских ресурса у туризму</i> , Зборник радова, (РТ-ЈИЕ-2012). Источно Сарајево. 28. - 31. март 2012. ISBN 978-9958-0912-0-9	M63
25	Зечевић, Б., Миливојевић, Н., Ковачевић, И. (2013) Утицај географског порекла туриста на разлике у перцепираном имицу Западне Србије, стр. 54-65, у: Атељевић, Ј., Петковић, Д., Грујић, Р. (ред.) <i>Јахорински пословни дани: предузетништва, гастрономије и туризма</i> . (ЈПД-ПГТ-2013), 05.-09.03.2013. Јахорина, Република Српска, БиХ. Организатори: Економски факултет Универзитета Источно Сарајево и Центар за иновативност и предузетност Универзитета у Зеници. ISBN 978-9958-0912-1-6	M63
26	Достанић, И., Зечевић, Б. (2015) Утицај канала дистрибуције на менаџмент прихода хотелских компанија; стр. 513-522, у: Зборник радова са IV научно-стручне конференције са међународним учешћем <i>Јахорински пословни дани - туризам у функцији економског развоја</i> , Јахорина 25-27.01.2015. Универзитет у Источно Сарајеву - Економски факултет Пале, 2015. ISSN 2303-6168	M63
27	Христов, Б.; Зечевић, Б.; Ковачевић, И. (2015) "Измене у структури продајних канала у хотелијерству - студија случаја". 93-101. Зборник радова, X научно-стручни симпозијум <i>Хотелска кућа 2015</i> , Златибор, 26-28.11.2015. ХОРЕС, Београд. ISBN 978-86-905315-7-8	M63

ОСТАЛО

28	Zecevic, B.; Culic, M. (2016) Serbia. pp. 843-844. In: Jafari, J; Xiao, H, (eds.) <i>Encyclopedia of Tourism</i> . Springer. ISBN: 978-3-319-01383-1 (Print) 978-3-319-01384-8 (Online)	
----	---	--

РАДОВИ ОБЈАВЉЕНИ ДО ИЗБОРА У ЗВАЊЕ ВАНРЕДНОГ ПРОФЕСОРА

А) ДО ИЗБОРА У ЗВАЊЕ ДОЦЕНТА

Радови међународног значаја рецензирани и објављени у целини

Бојан Зечевић (1992) Савремени резервациони системи на туристичком тржишту, стр. 79-83, у: *Мogućности развоја туризма у Црној Гори*, међународни симпозијум, Тиват, мај.

Ognjen Bakic and Bojan Zecevic (1991) Information Systems in Yugoslav Tourism, *Tourism Management*, Oxford, UK, September, str. 252-256. Rad objavljen i u *Poslovnoj politici*, Beograd, marta 1991.

Радови националног значаја рецензирани и објављени у целини

Бојан Зечевић (2002) Организација и контрола маркетинга туристичке дестинације, *Маркетинг*, год. 33, бр. 3–4, стр. 123–129.

Бојан Зечевић (2002) Динамика развоја туристичких дестинација: концепт животног циклуса, *Економски анали*, бр. 155, октобар–децембар, стр. 143–155.

Бојан Зечевић (2003) Електронски маркетинг туристичке дестинације: основни концепти, *Нова трговина*, бр. 1-4, јануар-април, стр. 43-48.

Бојан Зечевић (1996) Маркетинг градова - смернице за стратегију имица Београда, *Маркетинг*, год. 27. бр. 1, стр. 45-49.

Бојан Зечевић (1995) Компјутеризовани резервациони системи у авио компанијама, *Пласман и тржиште*, бр. 3, стр. 32-44.

Огњен Бакић и Бојан Зечевић (1995) Облици примене информационе технологије у туризму, *Пласман и тржиште*, бр. 2, стр. 38-45.

Огњен Бакић и Бојан Зечевић (1995) Развој и примена УН/ЕДИФАЦТ стандарда у туризму, *Туристичко пословање*, бр. 2.

Огњен Бакић и Бојан Зечевић (1990) Стање и проблеми ИС на међународном и домаћем туристичком тржишту, *Економски анали*, бр. 105, јул-септембар 1990, стр. 93-112.

Бојан Зечевић (1995) Компјутеризовани резервациони системи хотелских компанија, стр. 85-97, у: *Управљање хотелском кућом*, научно-стручни симпозијум Хотелска кућа 95, Крагујевац, април, издавач Угопрогрес, Београд.

Огњен Бакић и Бојан Зечевић (1993) Југословенски туристички информациони систем и ЕДИ, стр. 33-37, у: *ЕДИ - кључ савременог бизниса*, Прва југословенска конференција о електронској размени података, Брезовица, Мај; (такође објављено у часопису Маркетинг, бр. 2, 1993).

Магистарска теза и докторска дисертација

Компјутерски резервациони системи у дистрибуцији туристичког производа, магистарски рад, Економски факултет, Београд, 1994.

Информациона технологија у управљању маркетингом туристичке дестинације, докторска дисертација, Економски факултет, Београд, 2002.

Остали радови

Уџбеници

Огњен Бакић, Миодраг Николић и Бојан Зечевић: *Агенцијско и хотелијерско пословање*, уџбеник за И разред угоститељско-туристичке школе, 4 издања од 2002. до 2006, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.

Огњен Бакић, Јован Попеску, Миодраг Николић и Бојан Зечевић: *Агенцијско и хотелијерско пословање*, уџбеник за И и ИИ разред угоститељско-туристичке школе, пет издања од 1992. до 2000. године, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.

Огњен Бакић, Раде Станкић и Бојан Зечевић (1994) *Информатика у туристичком пословању*, уџбеник за вишу туристичку школу, Виша туристичка школа, Београд.

Остало

Економски речник, Универзитет у Београду, Економски факултет, Београд, 2001; (аутор 8 одредница).

Лексикон пословне информатике, редактор проф. др Хасан Ханић, Чигоја штампа, Београд, 1996; (аутор четири одреднице).

Б) НАКОН ИЗБОРА У ЗВАЊЕ ДОЦЕНТА

Научне књиге и монографије

Бојан Зечевић (2007) *Маркетинг туристичких дестинација: улога информационе технологије*, ЈК комерц, Београд

Поглавља у књигама, монографијама, тематским зборницима и прегледни чланци

Ognjen Bakic e Bojan Zecevic (2004) Studi sul management del turismo nella Repubblica Federale di Yugoslavia, u: Savelli Asterio (red.) *Turismo, territorio, identita. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Edizioni Franco Angeli, Milano.

Radovi međunarodnog značaja recenzirani i objavljeni u celini

Ognjen Bakic and Bojan Zecevic (2003) Towards Sustainable Tourism Development in Belgrade: Attitudes of Residents to Tourism, 2nd International Scientific Conference: *Sustainable Tourism Development and the Environment*, Proceedings, Chios, October, (електронско издање).

Бојан Зечевић и Александар Ђорђевић (2005) Контрола маркетинга у хотелском пословању, стр. 51-57, *Хотелплан 2005*, Други бијенални међународни конгрес, Зборник радова, Београд, новембар.

Bojan Zečević (2007) Economic and Legal Issues of Tourism Development in Serbia, in *Tourism Development in Europe*, Proceedings of two UNWTO conferences on "Tourism: a Tool for Sustainable Development in Transitional Economies", held in Belgrade on 20 and 21 June 2005, and "Impact of European Union Enlargement on Tourism Development in Europe", held in Vilnius on 1 and 2 March 2006, United Nations World Tourism Organisation.

Bojan Zecevic (2007) Globalization of Tourism and Tourist Experiences: Experiential Approach to the Destination Product Development, pp. 393-400, Proceedings of the International Scientific Conference *Contemporary Challenges of the Theory and Practice in Economics*, Faculty of Economics, Belgrade.

Радови националног значаја рецензирани и објављени у целини (Р60)

Бојан Зечевић (2005) Изазови маркетинга хотелских кућа из сектора малих предузећа, стр. 130-141, Зборник научних и стручних радова са V научно-стручног симпозијума *Хотелска кућа 2004*, Копаоник, април.

Бојан Зечевић (2005) Мала и средња предузећа у туризму Србије: Потенцијал, изазови и шансе, *Туристички преглед*, 2(1), стр. 14-18.

Мирослав Драгичевић, Стипе Ловрета и Бојан Зечевић (2006) Предуслови за ефикасну политику развоја туризма, стр. 303-312, зборник радова са саветовања *Економска политика у 2006. години*, Економски факултет Београд.

Остали радови

Уџбеници

Слободан Унковић и Бојан Зечевић (2006) *Економика туризма*, Издавачки центар Економског факултета у Београду, Београд

Слободан Унковић и Бојан Зечевић (2005) *Економика туризма*, Издавачки центар Економског факултета у Београду, Београд

Слободан Унковић и Бојан Зечевић (2004) *Економика туризма*, Издавачки центар Економског факултета у Београду, Београд

Јован Попеску, Миодраг Николић и Бојан Зечевић (2005) *Агенцијско и хотелијерско пословање*, уџбеник за II разред угоститељско-туристичке школе, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.

Јован Попеску, Миодраг Николић и Бојан Зечевић (2004) *Агенцијско и хотелијерско пословање*, уџбеник за II разред угоститељско-туристичке школе, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.

В) НАКОН ПОНОВНОГ ИЗБОРА У ЗВАЊЕ ДОЦЕНТА

Слободан Унковић и Бојан Зечевић (2009) *Економика туризма*, XX измењено и допуњено издање, Издавачки центар Економског факултета у Београду, Београд

Група аутора (2008) *Стратегија развоја трговине Града Београда*, (редактор проф др Стипе Ловрета), Универзитет у Београду, Економски факултет, НИЦЕФ

Група аутора (2009) *Стратегија развоја трговине Републике Србије*, (редактор проф др Стипе Ловрета), Универзитет у Београду, Економски факултет и Влада Републике Србије, Министарство трговине и услуга, Београд

Milan Ćulić, Bojan Zečević and Igor Kovačević (2009) "The Congress Industry in Serbia as a Vehicle of Future Economic Development", str. 107 – 123, u *Advances in Business Tourism Research - A selection of papers presented at ATLAS Business Tourism Special Interest Group Meetings*. Conference Proceedings, Warsaw, Poland.

Bojan Zečević, Ana Aleksić (2009) Branding in post-internet era: A case of Best Western International, str. 428-437, u *Hospitality and Tourism – Holistic Approach*, Congress Proceedings, Hotelplan 2009, The Fourth Biennial International Congress, Belgrade

Zecevic Bojan, Culic Milan, Mady Keup, Stamenkovic Igor (2011) Tourism Destination Development: The Role of Congress Industry in Crisis Aftermath, u: 1st International Scientific Conference "Sustainable Tourism: Socio-Cultural, Environmental and Economic Impact", 04 –07 May 2011, Opatija, Croatia, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija
 Горан Петковић, Бојан Зечевић и Рената Пинцо (2011) Туризам као део националне економије, *Економика предузећа*, Godina LIX, јануар-фебруар, стр. 89-97

Бојан Зечевић (2010) Приказ књиге Менаџмент туристичке дестинације (Попеску Јован, Универзитет Сингидунум, Београд 2011.), *Маркетинг*, 41 (4), стр.287-289

Ана Алексић и Бојан Зечевић (2008) Трендови у туризму у свету и њихов утицај на креирање српског туристичког производа, стр. 267-275, у: International Symposium "Tourism in the 21st Century", Proceedings, Faculty of Tourism Skopje, 26-27. septembar.

Бојан Зечевић, Ана Алексић (2008) Проблеми маркетинга малих хотелских предузећа, *Зборник научних и стручних радова Хотелска кућа 2008*, Златибор, стр 109-118

Јасмина Лековић и Бојан Зечевић (2010) Значај и примена јавно-приватног партнерства у туризму, *Туристичко пословање*, 5/2010, стр. 85-94.

Milan Ćulić i Bojan Zečević (2008) The Role of Congress Industry in Recovery and Economic Development of Large Cities in Serbia, str. 258, u: Proceedings of the 4th International Conference "An Enterprise Odyssey: Tourism – Governance and Entrepreneurship", University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Cavtat, Croatia, June 11-14.

Bojan Zecevic, Milan Culic (2009) Cross Training Programs as the way forward in student development, str 313, u *Management, Education and Tourism*, Scientific conference, Portorož, oktobar.

Milan Culic, Bojan Zecevic (2010) Creating Learning Platform for UNESCO designated sites in SE Europe, str. 89 u *Management, Education and Tourism: Social Responsibility for Sustainable Development*, 2nd scientific conference, Portorož

Milan Ćulić, Bojan Zečević (2009) War for Talent: Challenge of New Age, str. 950-952, u *Hospitality and Tourism – Holistic Approach*, Congress Proceedings, Hotel Plan 2009, The Fourth Biennial International Congress, Belgrade.

Рекапитулација активности др Бојана Зечевића, сходно Правилнику о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду, дата је у следећем прегледу:

Услов/критеријум	Радови
Објављен један рад из категорије M21, M22 или M23. или други одговарајући рад сходно Члану 9 Правилника*	1 x M42 (р.б. 17 у Списку објављених радова) 3 x M14 (р.б. 1-3 у Списку објављених радова)
Објављен један рад из категорије M24. или други одговарајући рад сходно Члану 9 Правилника*	2 x M24 (р.б. 4 и 5 у Списку објављених радова)
Објављених пет радова из категорије M51 у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира, или други одговарајући рад сходно Члану 9 Правилника*	4 x M51 (р.б. 6-9 у Списку објављених радова) 3 x M44 (р.б. 16-18 у Списку објављених радова)
Два рада са међународног научног скупа објављена у целини категорије M31 или M33.	5 x M33 (р.б. 10-14 у Списку објављених радова)
Два рада са научног скупа националног значаја објављена у целини категорије M61 или M63.	4 x M63 (р.б. 24-27 у Списку објављених радова) 1 x M61 (р.б. 23 у Списку објављених радова)
Одобрен и објављен универзитетски уџбеник за предмет из студијског програма	Уџбеник <i>Економика туризма</i> (р.б. 16 у Списку објављених радова)

факултета, односно универзитета или научна монографија	
--	--

**Гласник Универзитета у Београду, број 192, 1. јула 2016.: Правилник о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду, Члан 9: Сматраће се да је кандидат који је објавио рад који доноси исти или већи број М бодова предвиђених Правилником о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача од оног који носи рад који се захтева као минимални услов за избор у одређено звање, а који се не наводи у овим минималним условима (нпр. М11–М14 или М41 –М45), тај услов испунио*

Сходно Правилнику о изменама и допунама правилника о сандардима и поступку за акредитацију студијских програма и високошколских установа Националног савета за високо образовање Републике Србије, кандидат испуњава услове да буде ментор на докторским студијама. Наиме, кандидат има осам (минимално је потребно пет) научних радова из одговарајуће области студијског програма објављених или прихваћених за објављивање у научним часописима категорисаним од стране министарства надлежног за науку у претходних десет година, а испуњава и додатне услове сходно допуни стандарда :

Услов	Испуњеност
најмање 4 бода за рад у часопису са листа SSCI, ERIH, HEINONLINE и EconLit или у часопису категорије M24	$1 \times \text{EconLit} + 2 \times \text{M24} = 1+6 = 7$
најмање 20 бодова за радове категорије: M11; M12; M13; M14; M21; M22; M23; M24; M31; M32; M33; M34 и M51.	$3 \times \text{M14} + 2 \times \text{M24} + 4 \times \text{M33} + 1 \times \text{M34} + 5 \times \text{M51} = 15+6+4+0,5+10 = 35,5$

Сходно Правилнику, радови категорије M31; M32; M33 и M34 могу да донесу највише 20% потребних бодова, односно $20\% \times 24 = 4,8$, те стога овде нису укалкулисани сви радови ових категорија, већ само до нивоа од 4,5 бодова.

Уз претходно, утврђена је цитираност радова на основу присуца СЦИИндекс бази од 29 хетероцитата.

Приказ најзначајнијих радова

1. Ђорђевић, А.; Зечевић, Б. (2015) *Креирање вредности у туризму*. Економски факултет - Центар за издавачку делатност, 2015. ISBN 978-86-403-1409-1. 176 страна.

Креирање вредности за потрошаче један је од најзначајнијих фактора пословног успеха предузећа. У литератури се посебно истиче да пословен преформансе предузећа на дужи рок директно зависе од успешности креирања и испоручивања вредности потрошачима. У монографији су анализирани општи елементи који чине вредност за туристе фактори који утичу на вредност, као и пословне и маркетиншке активности које утичу на њихово крирање. Посебна пажња дата је анализи елемената вредности у различитим деловима ланца вредности туриста. Монографија, у којој је колега Зечевић аутор прве, друге, и треће главе (тачке 3.1-3.4), као и првих пет тачака Прилога (укупно 87 страна), структуран је у оквиру седам глава и Прилога.

У првој глави монографије су дата основна појмовна одређења вредности за потрошаче, а посебно у домену корисника туристичких услуга. Истиче се да концепт туристичког искуства као облика вредности и комплексност креирања те вредности имајући у виду велики број актера који учествује у задовољењу туристичких потреба. Друга глава се односи на креирање вредности за кориснике туристичких услуга, полазећи од фактора који утичу на ту вредност. У овој глави се детаљно указује на чиниоце креирања вредности код различитих носилаца туристичке понуде који чине ланац вредности туриста, као и на нивоу саме дестинације. Трећа

глава се фокусира на креирање тоталне вредности за туристе успостављањем ланца вредности и умрежавањем различитих актера туристичке понуде од чијих пословних активности зависи креирање вредности. Објашњено је на који се начин ти субјекти повезују у циљу обједињавања појединачних вредности у вредност на нивоу дестинације. Четврта глава третира питање креирања јединственог искуства и истиче да туристи могу да доживе четири врсте искустава на дестинацији – естетско искуство, које представљај комбинацију пасивног и импресивног искуства, искуство забаве, као једно од најстаријих облика искустава у туризму, искуство бежања од стварности, у чијој основи је један од основних мотива за преузимање туристичких путовања, и искуство едукације, које подразумева унапређење знања и способности туриста. Пета глава даје анализу улоге различитих маркетиншких активности дестинација и појединачних носилаца понуде у креирању вредности за туристе, где се посебно истичу комуникација са потрошачима, бренд и маркетинг односи. Шеста глава се бави значајем сегментације у ефикаснијем креирању вредности за туристе. Истиче се да су одређени критеријуми сегментације у том погледу ефикаснији од других. Седма глава бави се питањима сатисфакције туриста и утицаја коју испоручена вредност има када је у питању сатисфакција корисника туристичких услуга.

2. Zečević, B. (2014) "Hotel performance metrics: the case of Belgrade" pp. 39-47., u: Janićijević, N. (Ed), 2014, *Contemporary Management and Marketing Methods in Improving Competitiveness of Companies in Serbia in the Process of its Integration in European Union*. CID Ekonomski fakultet, ISBN 978-86-403-1394-0.

У раду је дата анализа перформанси хотела виших категорија у Београду. Мерење перформанси хотелских компанија је једна од кључних активности управљања на којима се заснива процес доношења одлука. Хотелска индустрија користи различите параметре за мерење ефикасности. Ови параметри се користе за интерна и екстерна поређења. Интерни фокус се односи на поређење перформанси истог хотела током времена и за поређење планираних и остварених пословних резултата. Спољни фокус подразумева поређење индикатора са просеком индустрије на нивоу дестинације или између хотела у разним дестинацијама. Неки од индикатора перформанси који су специфични за хотелски сектор су заузетост капацитета, просечна дневна цена собе, приход по расположивој соби, укупан приход по расположивој соби и бруто оперативни профит по расположивој соби. Ефикасност хотелског сектора у целини у већим градовима се традиционално прати захваљујући првенствено активностима консултантских компанија, као и спрежности хотелских менаџера да деле своје податке. У случају Србије, неповерење и даље преовладава, и прикупљање релевантних података није лак задатак. С друге стране, многи хотелијери су неискусни, не знам техникама управљања приходима и кључних показатеља да прате се односе на собу (и кревет) попуњености, укупан приход и добит / губитак. Због тога је тешко добити ове информације на континуираној основи, иако Београд већ има више хотела који припадају међународним хотелским ланцима чији генерални менаџери гледају на дељење ових информација као нужност. У регији, оваква истраживања перформанси хотела финансирају јавни сектор и/или хотелска удружења.

У недостатку консензуса о финансирању прикупљања и обраде података о перформансама хотелске индустрије у Србији и Београду, овај рад се заснива на два истраживања која су спроведена у Београду, прво које је објављено 2005. године, и друго из 2012. године. Рад се бави поређењем кључних показатеља у овом периоду, поређењем тих показатеља с показатељима перформанси хотела у другим градовима Европе, и њиховим поређењем са показатељима туристичког и економског развоја у Србији, како би се разумео положај Београда у односу на свој конкурентски сет, и зависност перформанси хотела од општих трендова у туризму и економији Србије.

3. Zečević, B. (2012) Stakeholder Analysis for the Development of Activity-Based Tourism: The Case of Western Serbia. str. 311-328, u: Janićijević, N. (ed.) *The Role of Contemporary Management and Marketing Methods in Improvement of Competitiveness of the Companies in Serbia within the Process*

Рад *Stakeholder Analysis For The Development Of Activity-Based Tourism: The Case Of Western Serbia* бави се анализом значаја и утицаја кључних актера у сектору туризма на подручју западне Србије. Природа туристичког производа дестинације је таква да туристи тај производ перципирају као туристичко искуство, градећи своје задовољство укупним утисцима о путовању и боравку у дестинацији. То подразумева да је задовољство туриста под утицајем пословних одлука и квалитета услуга различитих добављача, и да потпуно задовољство туриста тражи пуну сарадњу различитих актера, што није лак задатак. Ситуација је још сложенија када се ради о планирању развоја туризма, посебно када је у питању приступ одоздо према горе. У овом случају, круг актера се шири и изван туристичког сектора, укључујући и разне субјекте из приватног, јавног и цивилног сектора који утичу на процес развоја. Из тих разлога, потребно је узети у обзир различите интересе ових актера, што додатно захтева анализу структуре актера на дестинацији.

У раду се анализирају кључни играчи у западној Србији у области развоја заснованог на активном туризму, при чему је анализа заснована на ставовима веће групе субјеката из приватног и јавног сектора који су везани за сектор туризма. Дата је оцена ставова и сугестије за даља истраживања.

4. Bartlett, W; Scanlon, K; Whiteshead, C; Branković, N; Mikić, K; Oruč, N; Zečević, B. (2015) *The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia*. Council of Europe, Brussels, ISBN 978-92-871-8072-8.

Рад *The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia* представља пилот студију коју је спровела Јединица за истраживања о југоисточној Европи у Европском институту Лондонске школе за економију и политичке науке. Развија методологију за прикупљање података/доказа потребних за праћење и евалуацију шире предности улагања у културно наслеђе. Током последње деценије реализоване су десетине инвестиција у домену културних споменика и историјских подручја у земљама Југоисточне Европе у складу са принципима Европске уније, Савета Европе и Љубљанског процеса. Међутим, до ове књиге није било показано да ли улагање у културну баштину заправо доноси дивиденду за локалне привреде и побољшава квалитет живота заједница.

Рад представља налазе студије о шест пројекта у Босни и Херцеговини и Србији. Идентификује изазове у остваривању циљева одрживог развоја - и како они могу бити испуњени - и користи, како директне тако и индиректне, које могу настати из развоја и валоризације културног наслеђа и повећања њиховог утицаја на одрживост локалне привреде и на квалитет живота. Зечевић је аутор тачке 4.2 у Глави 4, од стране 55 до 76, где је дао преглед политичко институционалног оквира за управљање културним наслеђем у Србији, као и анализу користи на три локалитета (Лепенски вир, Бач и Гамзиград – Ромулијана), базирано на дубинским интервјуима који су обављени са представницима локалних бизниса, јавног сектора и цивилног сектора. На основу детаљне студије случаја, овај рад даје преглед главних изазова са којима се суочава културна баштина у Југоисточној Европи са пан-европске перспективе и анализира институционални и политички оквир за ефикасно одрживу рехабилитацију наслеђа. У њој се закључује са изношењем поука из студије и дају предлози за стварање ширих користи од будућег улагања у културну баштину југоисточне Европе.

5. Zečević, B., Kovačević, I. (2016) Benefit Segmentation of Outbound Summer Package Tourists. *Facta Universitatis. Series: Economics and Organization*. ISSN 0354-4699 (rad je prihvaćen za objavljivanje)

У раду је дата анализа преференција туриста за користима проистеклим из летњих одмора путем пакет аранжмана. Пошло се од ланца вредности туриста којикористе летње пакет аранжмане, а користи су идентификоване путем интервјуа са водећим туроператорима у

Србији. Туристи који користе летње пакет аранжмане класификовани су на основу користи које траже од својих путовања. Анализа преференција је извршена коришћењем фази аналитичког хијерархијског процеса. Са испитаницима је обављен телефонски разговор како би откриле њихове склоности ка појединим користима. Да би се одредиле групе туриста сходно преферираним користима, примењена је двостепена кластер анализа, док је број кластера је одређен помоћу СБЦ критеријума (Schwarz Bayesian Criterion). Четири сегмента су идентификована на основу тражених користи: они који траже разноврсност, туристи чије су користи везане за сам пакет аранжман, они који траже комфор и они који траже сигурност. Истраживање је показало да се фази аналитички хијерархијски процес може користити не само за разумевање користи које туристи траже, већ и за сегментацију тржишта.

6. Kovačević, I., Zečević, B. and Veljković, S. (2014) Gamification concept: theoretical framework and destination marketing management practice. *Ekonomika preduzeća*, 2014 LXII (5-6), str. 315-321. ISSN 0353-433 X

Чланак *Gamification concept: theoretical framework and destination marketing management practice* objašnjava koncept гејмификације на примеру Конгресног бироа Србије, који је у циљу развоја односа са клијентима развио две игре као мобилне апликације. Иако је концепт гејмификације потекао из сфере дигиталних медија, своју примену је нашао и у области менаџмента дестинација. Овај концепт, иако се први пут појавио пре шест година, привукао је пажњу ограниченог броја аутора, али ниједног из области дестинацијског маркетинга и менаџмента, што овај рад сврстава у категорију пионирских. Суштински битно за имплементацију гејмификације је разумети основе, кључне елементе, главне технике, као и бити креативан у прилагођавању концепта условима конкретне индустрије. Гејмификацију је неопходно разликовати од самог чина играња игре, која је у природи неструктурирана и креирана за забаву и разоноду. Гејмификација је маркетинг алат који се користи за развој односа са потрошачима у оквиру нетипичног и динамичког окружења саме игре. Анализирана студија случаја показује на који начин се теоријски утврђени принципи имплементирају у пракси у реалним ситуацијама, те да се ради о маркетинг алату који повећава свестност клијената о дестинацији.

7. Ракић, М., Зечевић Б., (2014) Сатисфакција туриста као фактор конкурентске предности региона у Србији, *Економске идеје и пракса*, 2014 (3), 63-82 стр. ISSN 2217-6217.

Чланак анализира сатисфакцију туриста боравком у Републици Србији као један од фактора конкурентске предности. Конкурентност туристичких дестинација је изузетно важно питање савременог туризма с обзиром да свака дестинација тежи да буде боља од конкурентне чиме се интензивира конкуренција. Реч је о комплексној категорији чије је компоненте тешко утврдити и мерити. Сатисфакција је један од фактора стицања конкурентске предности. Вредност треба да буде креирана у складу са очекивањима и преференцијама потрошача што подразумева комплексан процес с обзиром да потрошачи у производу виде економске, социалне, алтруистичне, хедонистичке и друге користи, те је потребно креирање вредности за различите сегменте корисника туристичких услуга. Како је успех дестинација везан за способност да се препознају и удовољи захтевима посетилаца, истраживање њиховог задовољства сматра се добрим основом за оцену њихове конкурентности. Сатисфакција туриста се сматра инструментом за повећање конкурентности дестинација и дестинације велику важност придају испитивању сатисфакције туриста. На основу резултата анкете спроведене у лето 2011. године у регионима Републике Србије, који су открили ниво задовољства туриста боравком у овим регионима, дата је оцена њихове конкурентности. С обзиром да су анкетирани туристи изразили највиши ниво задовољства у Војводини као географском региону у Србији у односу на Београд, југоисточну и југозападну Србију, тај резултат нас наводи на закључак да је Војводина по основу сатисфакције туриста најконкурентнији туристички регион у Србији. Међутим, резултати туристичког промета који показују да туристи фаворизују Београд, као и досадашња пракса великих хотелских ланаца који у фокусу свог интереса имају управо Београд, са ипак мањом заинтересованошћу за Новим Садом и другим градовима, говоре у

прилог тврдњи да сатисфакција туриста није кључни фактор и мерило конкурентности. Рад показује да су неопходна даља истраживања како утицаја осталих фактора на конкурентност дестинације, тако и оцене ствареног доприноса сатисфакције посетилаца конкурентности дестинације.

8. Зечевић Б., Ђорђевић А, Николић Ј., (2016) Мерење сатисфакције посетилаца међународних културних догађаја, *Маркетинг*, Вол. 47, бр. 2, 2016. Београд, стр. 104-110. ISSN 0354-3471.

Чланак за предмет истраживања има културне догађаје у Београду. Циљ је да се утврди у којој мери су посетиоци ових догађаја задовољни самим догађајима, али и укупном туристичком понудом града. Догађаји у савременом туризму имају велики значај. Повећање броја догађаја на глобалном нивоу, утицало је на раст конкурентског притиска и потребу за маркетиншким приступом у управљању развојем догађаја. Сатисфакција потрошача (корисника услуга) је један од основних елемената у управљању развојем туризма уопштено посматрано, па је самим тим важно управљати и мерити сатисфакцију посетилаца догађаја. Сатисфакција посетилаца догађаја је важна с обзиром на њен утицај на преношење позитивних искустава, поновне доласке и афирмацију туризма у подручјима где се догађај организује. У раду је анализирана сатисфакција посетилаца три најзначајнија културна догађаја у Београду - БИТЕФ-а, Цез фестивала и Београдског сајма књига. Фокус анализе је на сатисфакцији посетилаца која је резултат учешћа у догађају и садржају који догађаји нуди, као и на сатисфакцији пратећим туристичким садржајем Београда као туристичке дестинације. Анализа је спроведена на основу емпиријског истраживања у коме је учествовало 450 испитаника који су били посетиоци ових догађаја. Резултати спроведеног истраживања показују да су посетиоци културних догађаја у Београду (БИТЕФ, Цез фестивал и Београдски сајам књига) задовољни посетом. На задовољство посетилаца утичу појединачно укупне карактеристике и организација догађаја и појединачни аспекти догађаја. На основу истраживања се запажа да је чак укупно задовољство нешто веће у односу на појединачне аспекте догађаја. Наведена чињеница указује на квалитет укупне импресије посетилаца, што се може оценити као позитивна карактеристика догађаја у Београду. На посматраним културним догађајима највећи је проценат редовних посетилаца који више пута посећују догађаје. Такође, постоји њихова спремност да препоруче догађаје потенцијалним новим посетиоцима. Наведени резултати указују на потребу интензивнијег промовисања догађаја, како би постали масовнији и допринели бољем позиционирању Београда као туристичке дестинације са квалитетним културним догађајима.

9. Зечевић Б., Петковић Г., Ковачевић И. (2014) "Туризам као део националне економије", стр.105-124, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. *Економска политика и развој - тематски зборник радова*, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6

У раду *Туризам као део националне економије* истиче се да је туризам једна од ретких привредних грана у свету која константо бележи позитивне стопе раста. Србија се у протеклих 15 година се пробијала и афирмисала на туристичком тржишту и заузела своју позицију. Упркос амбивалентном ставу званичне економске политике према туристичком развоју и његовим ефектима, туризам је сектор српске привреде који се убрзано развијао. Недостаци званичне статистике утичу да су оцене економског развоја туризма непотпуне и да се туризам не признаје као извозна грана. Реструктуирање тржишта у корист страних посетилаца, раст укупног промета, повећање броја предузетника, као и раст девизног прилива од туризма сигурно говоре у прилог значајним утицајима које носи развој туризма. Ипак, са друге стране, званични статистички подаци показују смањење броја запослених у туризму, што индикује да не постоје механизми решавања проблема сиве економије. Развој туристичког тржишта у Србији се може анализирати и кроз развој процеса инвестирања у туризам. Туризам је до сада уживао снажну инвестициону подршку од стране државе. У великим градовима, евидентан је улазак приватног капитала кроз међународне брендове, док домаћи хотели додатно попуњавају тржишта изван административних центара. Аутори закључују да несумњиви досадашњи допринос туризма укупном економском развоју, као и процене будућих укупних ефеката који је

дао Светски савет за туризам и путовања, дају аргументе да се овај сектор мора, у најмању руку, равноправно посматрати са осталим секторима српске привреде, као и да су неопходни даљи, али иновативнији системи подршке одрживом туристичком развоју. У наредном периоду, овај вид државне подршке је могуће полако напуштати и заменити га подршком кроз институционалне механизме, подршком кроз међународне пројекте (пре свега Европске уније) и подршком кроз појачану промоцију и унапређење продаје српских туристичких производа.

10. Христов Б., Зечевић Б., Ковачевић И. (2014) Примена савремених канала дистрибуције у хотелијерству - пример хотела „Златибор Мона“, стр. 125-150, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. *Економска политика и развој - тематски зборник радова*, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014.. ISBN 978-86-403-1389-6

Предмет овог рада је истраживање улоге коју онлине канали дистрибуције имају у хотелском сектору Србије, на случају планинског хотела са четири звезде. Током последњих неколико деценија, на туристичком тржишту дешавају се бројне промене које утичу на све аспекте управљања хотелима. Како је у функционисању хотела моменат продаје изузетно битан, дошло је до потребе стварања ефикаснијих, проактивних комуникационих и дистрибутивних канала. Улажу се значајни напори како би се пронашли најефикаснији канали дистрибуције, путем којих би се, са једне стране, задовољила и премашила очекивања потрошача, а са друге стране, оптимизирао ниво продаје и остварио очекивани пословни резултат.

Тржишни захтеви, као и конкурентски притисци, који постају све више глобални, утицали су на усложњавање хотелске продајне стратегије, што је резултирало додавањем савремених, на информационој технологији заснованих, облика дистрибуције већ постојећим традиционалним каналима. У савременим условима, потребно је сагледати колико се хотели у свом тржишном наступу ослањају на традиционалне, а колико на савремене канале дистрибуције. Како успешно и функционално хотелијерско тржиште може имати значајне доприносе за будући привредни развој Србије, битно је сагледати колико домаћи хотели усвајају промене настале у сегменту дистрибуције.

У складу са поменути, извршена је анализа ефикасности примене савремених канала дистрибуције у домаћем планинском хотелу „Златибор Мона“ са циљем да се утврди колико је овај хотел у своје пословање имплементирао савремене, односно онлине канале дистрибуције и какве је то ефекте имало на његове пословне перформансе. Ово истраживање даје добру основу за будуће свеобухватније анализе у овој области, са циљем да се утврди стварно стање у домену продаје у хотелима на домаћем тржишту.

11. Ђорђевић, А.; Зечевић, Б. (2015) Вредности за кориснике услуга туристичких агенција: поређење ефикасности различитих критеријума сегментације; стр. 35-53, у Каличанин, Ђ.; Лончар, Д.; Богетић, З.; Тодоровић, М. *Тематски зборник радова Стварање вредности - теоријско практични аспекти*. ЦИД, Економски факултет у Београду. ISBN 978-86-403-1433-6

Рад се бави поређењем традиционалних критеријума сегментације (на бази социоекономских и географских карактеристика) са критеријумима базираним на преферираним елементима вредности за потршаче на примеру клијената туристичких агенција.

Традиционалне туристичке агенције су важан актер у ланцу вредности туриста. Њихово успешно пословање подразумева идентификовање кључних сегмената туриста који користе услуге агенције, и евентуално прилагођавање понуде њиховим захтевима. У последње време се у туризму све више истиче концепт креирање вредности туристима у оствривању конкурентске предности. У раду се оцењује значај различитих елемената вредности које се креирају кроз пословне активности туристичких агенција и анализира се да ли је присуп сегментацији базиран на преферираним елементима вредности ефикаснији у односу на традиционалне критеријуме. На основу емпијског истраживања идентификовани су кључни сегменти корисника на основу преферираних елемената вредности, након чега је на основу анализе варијансе упоређена ефикасност традиционалних критеријума и критеријума на основу преферираних елемената вредности. Тестирањем је утврђено да је сегментација на основу

преферираних вредности ефикаснија од сегментације по основу социоекономских и географских критеријума. Закључује се да сегментација на основу преферираних вредности треба да представља основу у формулисању пословне стратегије туристичких агенција.

12. Ђорђевић А., Ковачевић И., Зечевић Б., (2016), Значај различитих фактора атрактивности у летњим туристичким дестинацијама, *Теме*, Вол. . хх, бр. хх, 2016. Ниш, ISSN хххх, стр. хх – хх. (рад је прихваћен за објављивање).

Рад анализира факторе атрактивности летњих туристичких дестинација коришћењем модела који су развили Ритцхие и Цроуцх, те на основу значаја који сваки од фактора атрактивности у овом моделу има за туристе, утврђује различите сегменте туриста. Дестинације, посебно летње, су суочене са интензивираном конкуренцијом, и познавање и задовољење потреба изабраних сегмената туриста је од круцијалне важности за њихов успех. У том смислу је неопходно и изабрати критеријуме за сегментацију који су релевантни за разумевање преференција туриста. На основу споменутог модела Ритцхие-ја и Цроуцх-а, дефинисани су елементи атрактивности летњих дестинација – природне карактеристике дестинација, развијеност садржаја, културно историјско наслеђе и изграђена рекреативна инфраструктура, прикупљене су перцепције туриста о овим елементима атрактивности и коришћењем аналитичког хијерархијског процеса оцењен је њихов значај. Полазећи од тога да различити сегменти различито вреднују значај различитих елемената атрактивности, те да то има утицаја на избор дестинације, кластер анализом су идентификовани следећи сегменти; сегмент искусних туриста, тј. оних који на основу богатог искуства у потовањима траже присутност и квалитет свих елемената атрактивности, потом сегмент активних у природи, тј. туриста који у први план стављају постојање активности на отвореном, и сегмент културно активних туриста, тј. оних који највише истичу значај атрактивних фактора везаних за културу и наслеђе у дестинацијама које посећују.

13. Зећевић, В., Вељковић, С., Ђорђевић А. (2012) Development of Tourism in Serbia during Global Economic Crisis Period. *From Global Crisis to Economic Growth: Which Way to Take?* Faculty of Economics, University of Belgrade. ISBN 978-86-403-1244-8.

Рад се бави питањем утицаја кризе на туризам у Србији и улоге коју туризам има у суочавању са кризним ситуацијама. Глобални пад економских активности инициран финансијском кризом у САД узроковао је умањен или негативан раст националних економија већине земаља света. Ова светска економска криза имала је значајан утицај на међународни туризам. Ипак, чини се да је тај негативни утицај био мањи него у случају међународне трговине и индустријске производње. У раду се истиче да је у време економске рецесије типично да туристи бирају дестинације које су ближе месту становања, те је то разлог зашто, глобално посматрано, домаћи туризам није трпео последице кризе попут међународног туризма. Дат је преглед развојних мера Србије у домену туризма, почев од јавних инвестиција, преко развојних докумената, измана законских аката и других активности, што указује да се упркос кризи ишло ка интензивирању ових мера. То је била добра одлука јер туризам даје значајан директни и индиректни допринос БДП-у, као радно интензивна делатност је важан послодавац и једна је од ретких развојних шанси руралних области. Такође, због повезаности са другим секторима може да стимулише даљи економски раст и развој, има улогу катализатора у погледу развоја инфраструктуре неопходне за приступ и функционисање нових дестинација, и пружа корист локалним заједницама не само у погледу развоја локалних услуга, већ и у погледу могућности јачања и трансформације тих заједница. Закључује се да туризам може бити значајан фактор укупног развоја, те да даље спровођење мера туристичке политике може довести до раста туризма. У том смислу дати су и конкретни предлози.

14. Hristov, B., Kovačević, I., & Zečević, B. (2014) The Impact of Technological Changes and Use of Internet on the Distribution Channels in Tourism. and Hospitality- Case study of four star independent city hotel (Hotel "IN" Belgrade, Serbia). p. 2090-2107, *14th EBES conference-Barcelona*, October 23-25, 2014., Barcelona, Spain. ISBN 978-605-64002-8-5.

Рад се бави анализом канала дистрибуције градских хотела на основу анализе случаја. Развој информационо-комуникационих технологија сматра се једним од основних покретача динамичних промена на туристичком тржишту последњих деценија. Е-туризам представља парадигму у туристичкој индустрији која се управо јавила као резултат примене информационо-комуникационих технологија и Интернета. Појавиле су се нове категорије посредника који су формирали web дистрибуционе структуре са много слојева посредништва и који су утицали на комплексност процеса куповине. Све ово довело је до јачања савременог тј. *online* тржишта у односу на традиционално тј. *off-line* туристичко тржиште. С обзиром да развијено хотелијерско тржиште може имати значајне позитивне доприносе за будући привредни развој Србије, рад настоји да сагледа како су напреди у технологији допринели измени структуре канала дистрибуције на домаћем хотелијерском тржишту. У складу са поменутим, извршена је анализа ефикасности примене савремених канала дистрибуције у градском хотелу „IN“ са циљем да се утврди колико је овај хотел у своје пословање имплементирао савремене, односно онлине канале дистрибуције. Детаљном анализом извршених резервација у периоду од 2008-2012. године, дошло се до закључка да се учешће онлине канала продаје повећава на уштрб продаје путем офлајн канала. На основу студије случаја дошло се до закључка да градски хотели прате модерне трендове и усвајају нове обрасце деловања на туристичком тржишту.

15. Djordjevic, A.; Zecevic, B. (2016) Competitiveness of Package Tours of Touroperators - Significance of Transport Services. pp. 199-214, u: Fošner A. (ed.) *ABSRC 2016 Milan Conference Proceedings. Advances in Business-Related Scientific Research Conference (ABRSC)* Milan, October 20-21 2016. GEA College. ISBN 978-961-6347-60-0

Овај рад у фокусу има значај транспортних услуга за конкурентност пакет аранжмана. Пакет аранжмани су основни производи дизајнирани и продавани на тржишту од стране туроператора. Велики број услуга од којих су пакет аранжмани сачињени утичу на њихову конкурентност. Циљ овог рада је да се анализирају могућности за унапређење конкурентности туристичких аранжмана. Транспортне услуге су незаобилазни сво аранжмана дизајнираих од стране туроператора. У теоријској и практичној анализи конкурентности аранжмана је изузетно значајно да се узме у обзир ефекат транспортних услуга. Рад има посебан поглед на значај транспортних услуга. У раду се закључује да су транспортне услуге значајан фактор сваког пакет аранжмана и да доприносе повећању конкурентности. То је значајно за туроператоре који дизајнирају пакет аранжмане да имају услуге превоза са најнижим могућим ценама, али и које ће минимизирати напоре при превозу туриста. У том смислу је важно да се направи добра процену могућности приликом избора партнера из домена транспортних услуга. Ако транспортне организације желе у партнерску сарадњу са туроператорима, морају осмислити услуге по најнижој могућој цени, али у исто време обезбедити минимизирање напора за туристе током путовања. Њихова неспремност да се прилагоде захтевима тржишта, може да утиче на губитак клијената. Ту је и посебна опасност због чињенице да све већи број великих туроператора тежи, ако могу постићи ефикасност, да организују пружање транспортних услуга у оквиру свог пословања.

16. Ђулић, М., Зечевић, Б., Ковачевић, И. (2015) Подстицајна путовања и пословни туризам као елементи развоја дестинација геонаслеђа Србије, стр. 202-209. у: *Tourism Destination Competitiveness, SITCON - Singidunum International Tourism Conference, 2015, Book of Proceedings, Belgrade September 25.* ISBN: 978-86-7912-615-3 .

Предмет истраживања рада је однос постицајних путовања и геонаслеђа, односно могућности коришћења геонаслеђа у креирању комплексног туристичког искуства који се испоручује током подстицајног путовања. Прегледом литературе утврђено је да су ови појмови посматрани одвојено, и да не постоје академска истраживања везана за комерцијализацију геонаслеђа на комерцијалном тржишту. Подстицајна путовања су важан сегмент пословног туризма и у фокус стављају креирање јединствених искустава за различите категорије менаџера, при чему користе

различите али јединствене ресурсе. Геонаслеђе се у највећем броју случајева посматра само са аспекта геологије и географије. Концепт гео-туризма поставља геонаслеђе као значајан ресурс, који може да буде тржишно валоризован и кроз сегмент подстицајних путовања. Подстицајна путовања имају различите карактеристике у зависности од профила сегмента на који је дестинација усмерена. Рад приказује карактеристике подстицајних путовања и могућност комбиновања са гео-наслеђем, и представља пионирски у погледу паковање туристичког производа подстицајних путовања на бази геонаслеђа, прилагођавања очекивањима траћње, развијања ценовне политике, као и пласмана на одређене тржишне сегменте у земљи, региону и иностранству.

17. Pindžo, R., Kovačević, I., Zečević, B. (2016) Integrated Quality Management for MICE Destinations. str. 75-82; u: *Quality as a Basis for Tourism Destination Competitiveness*. The Second International Scientific Conference in the field of Tourism and Hospitality SITCON 2016, Belgrade, September 30, 2016, Book of Proceedings. 10.15308/Sitcon-2016-75-82

Рад анализира случај Конгресног бироа Србије у домену управљања квалитетом конгресне понуде. Квалитет је један од кључних фактора и детерминанти за конкурентност дестинације и сматра се одлучујућим конкурентним средством од виталног значаја за успех дестинација. Дестинације које су успешне у домену организације састанака, конференција и догађаја / изложби разумеју синергију туризма и пословних догађаја, као и њихове разлике, посебно имајући у виду начине продаје производа. Конгресни туризам се разликује од уобичајеног туризма у више аспеката - мотиви и сврха посете, процес одлучивања, финансирање путовања, период путовања, и др. Квалитет у конгресне индустрије се може и мора постићи кроз посвећеност свих заинтересованих страна и заједничке активности усмерене ка "задовољству купаца". У том смислу важна је улога конгресног бироа који треба да спроведе кораке интегрисаног управљања квалитетом у циљу да се стандардизује понуду целе дестинације у очима међународних клијената. Ови кораци укључују активности као што су развој споразума о партнерству са индустријским актерима, стандардизација услуга и повећање свести о активностима конгресног бироа у јавности. Методологија се заснива на студији случаја Конгресног бироа Србије. Рад закључује да успешни конгресни бирои треба да прате и имплементирају стандарде квалитета предложене од стране професионалних удружења конгресне индустрије.. Као што је приказано на студиј случаја у Србији, стандарди успешног конгресног бироа укључују: изградњу капацитета запослених, сарадња са носиоцима понуде, управљање односом са клијентима, промотивна подршка конгресима и процес такмичења за добијање нових скупова.

18. Đorđević A, Zečević B., Hristov-Stančić B., (2016) *Various types of services and consumer preferences*, *Ekonomске теме*, 54 (3): 403-423 , ISSN: 0353-864.

Рад се бави утврђивањем разлика између хотелских гоститју по основу преференција у погледу хотелских услуга. Хотели нуде различите врсте услуга које имају различите утицаје на задовољство корисника и имају утицај у различитој мери на доношење одлука, када је у питању избор хотела. Сprovedена емпиријска анализа је заснована на значају различитих услуга које пружају хотели. Идеја истраживања је да се утврди значај различитих врста услуга за кориснике. У оцени и рангирању значаја који гости дају различитим услугама хотела корисан је аналитички хијерархијски процес. Добијени резултати представљени у студији дају информације о томе које услуге које нуде хотели имају највећи значај за кориснике. На основу добијених резултата у емпиријском истраживању, а применом кластер анализе, идентификована су два различита сегмента хотелских гоститју, а на бази жељених услуга. Сегменти су статистички значајно разликују и могу да представљају различите тржишне мете у маркетингу хотела

Закључак и предлог

На бази увида у објављене научне и стручне радове, као и информација о наставничко педагошким квалитетима, сматрамо да кандидат др Бојан Зечевић испуњава све суштинске, законске и статурне услове за избор у звање редовног професора. Испуњени су сви обавезни и изборни услови предвиђени Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Својим укупним радовима сврстао се у ред афирмисаних истраживача и научних радника у области туризма. Радови су таквог квалитета да га квалификују за ово наставничко звање. Они показују способност кандидата кад је у питању познавање шире научне области економских наука, економске политике и њихове апликације на област Економике туризма.

Кандидат др Бојан Зечевић има и веома успешно дугогодишње наставно-педагошко искуство, у звањима асистента, доцента и ванредног професора на Економском факултету у Београду. У досадашњем периоду показао је и потврдио способност за рад са студентима, учешће у комисијама за оцену и одбрану магистарских теза и докторских дисертација, као и кроз разне друге активности. Студенти су у свим досадашњим анкетама давали високе оцене о ангажовању кандидата др Бојана Зечевића у наставном раду.

Имајући у виду претходно наведено, **предлажемо Изборном већу Економског факултета у Београду да др Бојана Зечевића, ванредног професора, изабере у звање редовног професора за ужу научну област Економска политика и развој – Економика туризма.**

Београд, 22.12.2016.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

1. _____
Проф. др Гојко Рикаловић
2. _____
Проф. др Биљана Јовановић
Гавриловић
3. _____
Проф. др Слободан Унковић

Г) ГРУПАЦИЈА ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКИХ НАУКА

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

І - О КОНКУРСУ

Назив факултета: Економски факултет, Универзитет у Београду
Ужа научна, односно уметничка област: Економска политика и развој
Број кандидата који се бирају: један
Број пријављених кандидата: један
Имена пријављених кандидата:
1. Бојан Зечевић

ІІ - О КАНДИДАТИМА

1) - Основни биографски подаци

- Име, средње име и презиме: Бојан В. Зечевић
- Датум и место рођења: 26.04.1964. Београд
- Установа где је запослен: Економски факултет у Београду
- Звање/радно место: Ванредни професор
- Научна, односно уметничка област: Економска политика и развој

2) - Стручна биографија, дипломе и звања

Основне студије:

- Назив установе: Економски факултет у Београду
- Место и година завршетка: Београд, 1988.

Мастер:

- Назив установе:
- Место и година завршетка:
- Ужа научна, односно уметничка област:

Магистеријум:

- Назив установе: Економски факултет у Београду
- Место и година завршетка: Београд, 1994.
- Ужа научна, односно уметничка област: Пословна економија и менаџмент

Докторат:

- Назив установе: Економски факултет у Београду
- Место и година одбране: Београд, 2002.
- Наслов дисертације: Информациона технологија у управљању маркетингом туристичке дестинације
- Ужа научна, односно уметничка област: Економска политика и развој

Досадашњи избори у наставна и научна звања:

- 2012. Ванредни професор
- 2008. Доцент (поновни избор)
- 2003. Доцент
- 1999. Асистент (поновни избор)

- 1995. Асистент
- 1988. Асистент приправник

3) Испуњени услови за избор у звање ИСПУЊЕНИ

ОБАВЕЗНИ УСЛОВИ:

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	оцена / број година радног искуства
1	Приступно предавање из области за коју се бира, позитивно оцењено од стране високошколске установе	–
2	Позитивна оцена педагошког рада у студентским анкетама током целокупног претходног изборног периода	4,16 – 4,72
3	Искуство у педагошком раду са студентима	28 година

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	Број менторства / учешћа у комисији и др.
4	Резултати у развоју научнонаставног подмлатка	Био члан Комисије за одбрану докторске дисертације тадашњег асистента, а сада доцента, који сада држи наставну на предмету Менаџмент предузећа у туризму. Такође је био ментор и члан комисије за одбрану магистарског рада једног асистента, као и члан менторске комисије и члан комисије за оцену подобности теме и кандидата на докторским студијама за истог и још једног асистента, који успешно изводе вежбе на предметима Економика туризма и Маркетинг у туризму.
5	Учешће у комисији за одбрану три завршна рада на академским специјалистичким, односно мастер студијама	ментор на 11 мастер радова, члан комисије за одбрану 24 мастер рада, ментор и члан комисије за одбрану пет магистарских радова
6	Менторство или чланство у две комисије за израду докторске дисертације	први члан две менторске комисије за докторске кандидате, први члан две комисије за оцену подобности докторске теме и кандидата, члан две комисије за оцену и одбрану докторске дисертације

	<i>(заокружити испуњен услов за звање у које се бира)</i>	Број радова, сапштења	Навести часописе, скупове, књиге и друго
--	---	------------------------------	---

		, цитата и др	
7	Објављен један рад из категорије M20 или три рада из категорије M51 из научне области за коју се бира.		
8	Саопштен један рад на научном скупу, објављен у целини (M31, M33, M61, M63)		
9	Објављена два рада из категорије M20 или пет радова из категорије M51 у периоду од последњег избора у звање из научне области за коју се бира.		
10	Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту		
11	Одобрен и објављен универзитетски уџбеник за предмет из студијског програма факултета, односно универзитета или научна монографија (са ISBN бројем) из научне области за коју се бира, у периоду од избора у претходно звање		
12	Један рад са међународног научног скупа објављен у целини категорије M31 или M33		
13	Један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини категорије M61 или M63.		
14	Објављена један рад из категорије M20 или четири рада из категорије M51 у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира. (за поновни избор ванр. проф)		
15	Један рад са међународног научног скупа објављен у целини категорије M31 или M33. (за поновни избор ванр. проф)		
16	Један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини категорије M61 или M63. (за поновни избор ванр. проф)		
17	Објављен један рад из категорије M21, M22 или M23 од првог избора у звање ванредног професора из научне области за коју се бира, или објављен радов који доноси исти или већи број М бодова, сходно чл. 9 Правилника о минималним условима за стицање звање наставника на Универзитету у Београду.	1 x M42 3 x M14	Ђорђевић, А.; Зечевић, Б. (2015) <i>Креирање вредности у туризму</i> . Економски факултет - Центар за издавачку делатност, 2015. ISBN 978-86-403-1409-1 (поглавља I, II, III – тачке 3.1-3.4., Прилог тачке 1-5). <i>The Role of Contemporary Management and Marketing Methods in Improvement of Competitiveness of the Companies in Serbia within the Process of its Integration to the European Union</i> . CID - Faculty of Economics, Belgrade. ISBN 978-86-403-

			1259-2 Zečević, B. (2014) "Hotel performance metrics: the case of Belgrade" pp. 39-47,, u: Janićijević, N. (Ed), 2014, <i>Contemporary Management and Marketing Methods in Improving Competitiveness of Companies in Serbia in the Process of its Integration in European Union</i>. CID Ekonomski fakultet, ISBN 978-86-403-1394-0 Bartlett, W; Scanlon, K; Whiteshead, C; Branković, N; Mikić, K; Oruč, N; Zečević, B. (2015) <i>The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia</i>. Council of Europe, Brussels, ISBN 978-92-871-8072-8. (autor glave 4, tacka 4.2: str. 55-76)
18	Објављен један рад из категорије M24 од првог избора у звање ванредног професора из научне области за коју се бира. Додатно испуњен услов из категорије M21, M22 или M23 може, један за један, да замени услов из категорије M24 или M51	2 x M24	<i>Ekonomika preduzeća</i>, 2014 LXII (5-6), str. 315-321. ISSN 0353-433 X <i>Теме</i>, Вол. xxx, бр. xxxx, 2016. Ниш, стр. xx – xx. ISSN xxxx
19	Објављених пет радова из категорије M51 у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира. Додатно испуњен услов из категорије M24 може, један за један, да замени услов из категорије M51, или објављени радови који доноси исти или већи број М бодова, сходно чл. 9 Правилника о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.	4 x M51 3 x M44	<i>Ekonomске teme</i>. Vol. 54, br. 3, str. 403-423. ISSN: 0353-8648. <i>Facta Universitatis. Series: Economics and Organization. (Rad je prihvaćen za objavljivanje)</i>. ISSN 0354-4699 <i>Маркетинг</i>, Вол. 47, бр. 2, 2016. Београд, стр. 104-110. ISSN 0354-3471 <i>Економске идеје и пракса</i>, 2014 (3), 63-82 стр. ISSN 2217-6217. Зечевић Б., Петковић Г., Ковачевић И. (2014) "Туризам као део националне економије", стр.105-124, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. <i>Економска политика и развој - тематски зборник радова</i>, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6 Христов Б., Зечевић Б., Ковачевић И. (2014) "Примена савремених канала дистрибуције у хотелијерству - пример хотела „Златибор Мона", стр. 125-150, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д.,

			Стојановић Ж., Зечевић Б. <i>Економска политика и развој - тематски зборник радова</i>, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6 Зечевић Б., Петковић Г., Ковачевић И. (2014) "Туризам као део националне економије", стр.105-124, у Јовановић Гарвриловић Б., Молнар Д., Стојановић Ж., Зечевић Б. <i>Економска политика и развој - тематски зборник радова</i>, Центар за издавачку делатност, ЦИД Економски факултет, Београд, 2014. ISBN 978-86-403-1389-6
20	Цитираност од 10 хетеро цитата.	29 хетеро цитата	У СЦИндex бази
21	Два рада са међународног научног скупа објављена у целини категорије М31 или М33	5 x М33	ABSRC 2016 Milan Conference Proceedings. Advances in Business-Related Scientific Research Conference (ABRSC) Milan, October 20-21 2016. GEA College. ISBN 978-961-6347-60-0 <i>Quality as a Basis for Tourism Destination Competitiveness</i>. The Second International Scientific Conference in the field of Tourism and Hospitality SITCON 2016, Belgrade, September 30, 2016, Book of Proceedings. 10.15308/Sitcon-2016-75-82 <i>Tourism Destination Competitiveness, SITCON - Singidunum International Tourism Conference</i>, 2015, Book of Proceedings, Belgrade September 25. ISBN: 978-86-7912-615-3 14th EBES conference-Barcelona, October 23-25, 2014., Barcelona, Spain. ISBN 978-605-64002-8-5. <i>From Global Crisis to Economic Growth. Which Way to Take?</i> Faculty of Economics University of Belgrade. ISBN 978-86-403-1244-8
22	Два рада са научног скупа националног значаја објављена у целини категорије М61 или М63	4 x М63 1 x М61	<i>Јахорински пословни дани: Развој људских ресурса у туризму</i>, Зборник радова, (РТ-ЈИЕ-2012).Источно Сарајево. 28. - 31. март 2012. ISBN 978-9958-0912-0-9 <i>Јахорински пословни дани: предузетништва, гастрономије и</i>

			<i>туризма. (ЈПД-ПГТ-2013), 05.-09.03.2013. Јахорина, Република Српска, БиХ. Организатори: Економски факултет Универзитета Источно Сарајево и Центар за иновативност и предузетност Универзитета у Зеници. ISBN 978-9958-0912-1-6</i> <i>Јахорински пословни дани - туризам у функцији економског развоја, Јахорина 25-27.01.2015. Универзитет у Источном Сарајеву - Економски факултет Пале, 2015. ISSN 2303-6168</i> <i>Зборник радова, X научно-стручни симпозијум Хотелска кућа 2015, Златибор, 26-28.11.2015. ХОРЕС, Београд. ISBN 978-86-905315-7-8</i> <i>Економија данас: слободе, конкуренција, субвенције. Зборник радова са научног скупа, Андрићград, 01.-02. септембар 2016. Универзитет у Усточно Сарајеву, Економски факултет Пале.</i>
23	Одобрен и објављен универзитетски уџбеник за предмет из студијског програма факултета, односно универзитета или научна монографија (са ISBN бројем) из научне области за коју се бира, у периоду од избора у претходно звање		Унковић С., Зечевић, Б. (2016) <i>Економика туризма</i>. ЦИД, Економски факултет, Београд. ISBN 978-86-403-1493-0
24	Број радова као услов за менторство у вођењу докт. дисерт. – (стандард 9 Правилника о стандардима...)	8 радова	<i>Ekonomika preduzeća</i>, 2014 LXII (5-6), str. 315-321. ISSN 0353-433 X <i>Теме</i>, Вол. xxx, бр. xxxx, 2016. Ниш, стр. xx – xx. . (<i>Rad je prihvaćen za objavljivanje</i>) ISSN xxxx <i>Ekonomске teme</i>. Vol. 54, br. 3, str. 403-423. ISSN: 0353-8648. <i>Facta Universitatis. Series: Economics and Organization. (Rad je prihvaćen za objavljivanje)</i>. ISSN 0354-4699 <i>Маркетинг</i>, Вол. 47, бр. 2, 2016. Београд, стр. 104-110. ISSN 0354-3471 <i>Економске идеје и пракса</i>, 2014 (3), 63-82 стр. ISSN 2217-6217 <i>Економика предузећа</i>, Godina LIX, јануар-фебруар, стр. 89-97 <i>Туристичко пословање</i>, 5/2010, с.85-94.

Из претходног се види да је кандидат испунио све обавезне услове, односно да има више радова и референци него што услови захтевају.

ИЗБОРНИ УСЛОВИ:

<i>(изабрати 2 од 3 услова)</i>	<i>Заокружити ближе одреднице (најмање по једна из 2 изабрана услова)</i>
1. Стручно-професионални допринос	1. Председник или члан уређивачког одбора научних часописа или зборника радова у земљи или иностранству. 2. Председник или члан организационог или научног одбора на научним скуповима националног или међународног нивоа. 3. Председник или члан комисија за израду завршних радова на академским мастер или докторским студијама. 4. Руководилац или сарадник на домаћим и међународним научним пројектима.
2. Допринос академској и широј заједници	1. Чланство у страним или домаћим академијама наука, чланство у стручним или научним асоцијацијама у које се члан бира. 2. Председник или члан органа управљања, стручног органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству. 3. Члан националног савета, стручног, законодавног или другог органа и комисије министарстава. 4. Учешће у наставним активностима ван студијских програма (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција, програми едукације наставника) или у активностима популаризације науке. 5. Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке.
3. Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, односно установама културе или уметности у земљи и иностранству	1. Руководијење или учешће у међународним научним или стручним пројектима и студијама 2. Радно ангажовање у настави или комисијама на другим високошколским или научноистраживачким институцијама у земљи или иностранству, или звање гостујућег професора или истраживача. 3. Руководијење радом или чланство у органу или професионалном удружењу или организацији националног или међународног нивоа. 4. Учешће у програмима размене наставника и студената. 5. Учешће у изради и спровођењу заједничких студијских програма 6. Предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству.

Изборни услов 1

Ближа одредница 1:

- Члан уређивачког одбора часописа Маркетинг.
Био уредник тематског зборника радова *Економска политика и развој*

Ближа одредница 2:

- Члан научног одбора међународне конференције *REDETE (Researching Entrepreneurship and Economic Development)* – 2014, 2015, 2016. године.
- Члан научног одбора *XIII International Scientific Conference on Service Sector (INSCOSSES)*, Ohrid, 06-07 October, 2016.

- Члан научног одбора конференције *Јахорински пословни дани*, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. године.

Ближа одредница 3:

- први члан две менторске комисије за докторске кандидате, први члан две комисије за оцену подобности докторске теме и кандидата, члан две комисије за оцену и одбрану докторске дисертације, ментор на 11 мастер радова, члан комисије за одбрану 24 мастер рада, ментор и члан комисије за одбрану пет магистарских радова.

Ближа одредница 4:

- Члан пројектног тима на пројекту Министарства просвете и науке Републике Србије бр. 179062 под називом *Улога савремених метода менаџмента и маркетинга у унапређењу конкурентности предузећа у Србији у процесу њене интеграције у Европску унију* (руководилац пројекта проф. др Небојша Јанићијевић).
- Члан пројектног тима на пројекту *The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia*. Council of Europe, 2015, носилац пројекта: London School of Economics and Political Science.

Изборни услов 2:

Ближа одредница 1:

- Члан Научног друштва економиста Србије
- Члан Српског удружења за маркетинг - СЕМА

Ближа одредница 2:

- Члан Комисије за мастер академске студије на Економском факултету у Београду.
- Члан Комисије за израду елабората о оправданости оснивања студијског програма Туризам и хотелијерство II циклуса студија на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву

Ближа одредница 3:

- Рецензент је Комисије за акредитацију и проверу квалитета високошколских установа Републике Србије, у пољу друштвено-хуманистичких наука,
- Председник Комисије за проглашење туристичког простора Министарства економије и регионалног развоја (до 2014. године)
- Члан Испитне комисије за туристичке водиче Министарства трговине, туризма и телекомуникација

Изборни услов 3:

Ближа одредница 1:

- Члан пројектног тима на пројекту Министарства просвете и науке Републике Србије бр. 179062 под називом *Улога савремених метода менаџмента и маркетинга у унапређењу конкурентности предузећа у Србији у процесу њене интеграције у Европску унију* (руководилац пројекта проф. др Небојша Јанићијевић).
- Члан пројектног тима на пројекту *The Wider Benefits of Investment in Cultural Heritage: Case Studies in Bosnia and Herzegovina and Serbia*. Council of Europe, 2015, носилац пројекта: London School of Economics and Political Science.

Ближа одредница 2:

- Председник Комисије за избор једног асистента на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Члан Комисије за избор једног доцента на Економском факултету Пале, Универзитет у Источном Сарајеву
- Члан Комисије за оцену подобности кандидата и теме докторске дисертације, на Економском факултету Универзитета у Бањој Луци

III - ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ И ПРЕДЛОГ КОМИСИЈЕ

На бази увида у објављене научне и стручне радове, као и информација о наставничко педагошким квалитетима, сматрамо да кандидат др Бојан Зечевић испуњава све суштинске, законске и статурне услове за избор у звање редовног професора. Испуњени су сви обавезни и изборни услови предвиђени Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Својим укупним радовима сврстао се у ред афирмисаних истраживача и научних радника у области туризма. Радови су таквог квалитета да га квалификују за ово наставничко звање. Они показују способност кандидата кад је у питању познавање шире научне области економских наука, економске политике и њихове апликације на област Економије туризма.

Кандидат др Бојан Зечевић има и веома успешно дугогодишње наставно-педагошко искуство, у звањима асистента, доцента и ванредног професора на Економском факултету у Београду. У досадашњем периоду показао је и потврдио способност за рад са студентима, учешће у комисијама за оцену и одбрану магистарских теза и докторских дисертација, као и кроз разне друге активности. Студенти су у свим досадашњим анкетама давали високе оцене о ангажовању кандидата др Бојана Зечевића у наставном раду.

Имајући у виду претходно наведено, предлагемо Изборном већу Економског факултета у Београду да др Бојана Зечевића, ванредног професора, изабере у звање редовног професора за ужу научну област Економска политика и развој – Економија туризма.

Место и датум: Београд, 22.12.2016.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1.

Проф. др Гојко Рикаловић

2.

Проф. др Биљана Јовановић
Гавриловић

3.

Проф. др Слободан Унковић

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

ПРИМЉЕНО: 23.12.2016			
Орг. јед.	Број	Пилог	Вредност
	4330/2		

Образац 5

Изјава о изворности

Име и презиме кандидата БОЈАН ЗЕЧЕВИЋ

Сагласно члану 26. став 3. Кодекса професионалне етике Универзитета у Београду,

ИЗЈАВЉУЈЕМ

- да је сваки мој рад и достигнуће, изворни резултат мог интелектуалног рада и да тај рад не садржи никакве изворе, осим оних који су наведени у раду.
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

У Београду, _____

Потпис аутора

