

НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ

Одлуком Наставно-научног већа Факултета организационих наука 3/65-8 од 11.05.2016. именовани смо за чланове Комисије за преглед, оцену и одбрану докторске дисертације кандидата мр Вањице Ратковић-Живановић, под насловом:

**УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА СА КЛИЈЕНТИМА У В2В ПОСЛОВАЊУ
ЕЛЕКТРОНСКИХ МЕДИЈА**

После прегледа достављене Дисертације и других пратећих материјала и разговора са Кандидатом, Комисија је сачинила следећи

РЕФЕРАТ

1. УВОД

1.1. Наслов и обим дисертације

Наслов дисертације је:

**УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА СА КЛИЈЕНТИМА У В2В ПОСЛОВАЊУ
ЕЛЕКТРОНСКИХ МЕДИЈА**

Дисертација је обима од 184 странице, садржи одговарајући број слика, графичких приказа и табела, 178 литературних навода, прилог, биографију и изјаве аутора.

1.2. Хронологија одобравања и израде дисертације

Кандидат Вањица Ратковић-Живановић је постдипломске студије, смер Менаџмент, на Саобраћајном факултету Универзитета у Београду уписала школске 1998/99. године. Магистарску тезу под називом „Истраживање модела управљања људским ресурсима у електронским медијима“ одбранила је 2005. године и тиме испунила услов за пријаву израде докторске дисертације. Израду докторске дисертације под називом: „Управљање односима са клијентима у В2В пословању електронских медија“ мр Вањица Ратковић-Живановић је пријавила 2013. године на Факултету организационих наука Универзитета у Београду. Комисија за оцену научне заснованости пријављене докторске дисертације формирана је 17.04.2013. године, одлука бр 3/57-3. Одлука о усвајању извештаја Комисије о научној заснованости пријављене докторске дисертације донета је 15.05.2013. године, одлука бр. 3/67-5. Одлуком Већа научних области техничких наука Универзитета у Београду бр. 61206-2697/2-13 од 10.06.2013. године дата је сагласност на предлог теме докторске дисертације мр Вањице Ратковић-Живановић под називом „Управљање односима са клијентима у В2В пословању електронских медија“. Одлуком Наставно-научног већа Факултета

организационих наука 3/101-6 од 28.06.2013. године одобрена је израда докторске дисертације, а за ментора је именован др Душан Бараћ, доцент Факултета организационих наука. Ментор је 11.05.2016. године известио Наставно-научно веће Факултета организационих наука да је мр Вањица Ратковић-Живановић завршила израду докторске дисертације. Наставно-научно веће Факултета организационих наука је именовало Комисију за оцену завршене докторске дисертације 11.05.2016. године, одлука бр. 3/65-8.

1.3 Место дисертације у одговарајућој научној области

Предмет ове дисертације је истраживање могућности примене метода, техника и технологија за управљање односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Истраживање је прилагођено за примену у електронским медијима који уводе нове пословне моделе засноване на савременим технологијама електронског пословања, као што су интерактивна телевизија, мобилна телевизија и друштвени медији.

Према предмету истраживања и коришћеној методологији дисертација припада техничким наукама, прецизније се може сврстати у научну област Информационих система и технологија, ужу научну област Електронског пословања. Научне подобласти којима се бави докторска дисертација су: B2B електронско пословање, управљање односима са клијентима и пословним партнерима у електронским медијима.

1.4 Биографски подаци о кандидату

Кандидат мр Вањица Ратковић Живановић је рођена 11.01.1967. Основну и средњу електротехничку школу „Никола Тесла“ је завршила у Београду. Саобраћајни факултет је уписала 1986. године. Дипломирала је 1995. године одбраном дипломског рада „Технологија организације превоза робе у комбинованом саобраћају река-друм са примером на релацији Прахово-Лозница“. Постдипломске студије, смер Менаџмент, уписала је 1998/99. године. Магистарску тезу под називом „Истраживање модела управљања људским ресурсима у електронским медијима“ одбранила је 2005. године, на Саобраћајном факултету Универзитета у Београду.

Прво радно искуство од 1991.године је стекла у Радио Телевизији Србије, ТВ Београд, где је радила на пословима новинара чија су специјалност саобраћај и телекомуникације. Завршила је новинарску школу Удружења Новинара Србије, а када је РТС трансформисан у Јавни сервис и новинарску школу ВВС-а, радила је у улози новинара, водитеља и уредника емисије „Београдска хроника“. У последње три године ради као уредник емисије „Јутарњи програм“ РТС-а. Од 2005. године ангажована је и на пословима истраживања и анализе електронског праћења и гледаности ТВ програма.

2. ОПИС ДИСЕРТАЦИЈЕ

2.1. Структура и садржај дисертације

Структура докторске дисертације обухвата следеће целине: уводна разматрања; преглед основних концепата битних за поставку проблема; анализа постојећег стања и досадашњих научно-стручних достигнућа из релевантних области са нагласком на постојеће методе и технике које се користе у управљању односима са клијентима у

B2B пословању електронских медија; развој и предлог новог модела управљања односима са стејхолдерима у B2B пословању електронских медија као и реализација и примена предложеног модела. Следе закључна разматрања и предлози за правце будућих истраживања.

Садржај дисертације је следећи:

1. Увод
 - 1.1. Дефинисање предмета истраживања
 - 1.2. Циљеви истраживања
 - 1.3. Полазне хипотезе
 - 1.4. Методологија истраживања
 - 1.5. Структура и организација рада
 2. Управљање односима са пословним партнерима у пословању медија
 - 2.1. Управљање односима са клијентима
 - 2.2. xRM у пословању електронских медија
 - 2.3. Управљање односима са пословним партнерима
 - 2.4. Напредни концепти управљања односима са пословним партнерима у медијима
 3. Електронско пословање медија
 - 3.1. Анализа сервиса електронских медија за пословне partnere
 - 3.2. Интерактивна и дигитална телевизија
 - 3.3. Б2Б електронско пословање у медијима
 - 3.4. Мерење гледаности
 4. Технологије примењене у развоју решења
 - 4.1. xRM решења
 - 4.2. Мобилне технологије у систему за управљање односима са пословним партнерима клијентима
 - 4.3. Технологије друштвених медија
 - 4.4. Big data аналитика у пословању електронских медија
 5. Развој модела за управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању медија
 - 5.1. Концептуални циљеви и захтеви
 - 5.2. Анализа постојећих модела
 - 5.3. Архитектура модела за управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању медија
 - 5.4. Модел xRM процеса у електронском пословању медија
 - 5.5. Модел мерења перформанси пословног система електронских медија
 - 5.6. Оптимизација медијских кампања
 6. Имплементација и примена развијеног модела у пословном систему Радио телевизије Србије
 - 6.1. Пројектни задатак
 - 6.2. Електронски медији у Србији
 - 6.3. РТС као Јавни сервис
 - 6.4. Пројектовање и имплементација решења
 - 6.5. Евалуација имплементираног модела
 7. Научни и стручни доприноси
 8. Будућа истраживања
 9. Закључак
 10. Литература
- Списак слика
Списак табела
Прилози
Биографија аутора
Изјаве о ауторству

2.2. Кратак приказ појединачних поглавља

Прво, уводно поглавље описује предмет истраживања, циљеве дисертације, полазне хипотезе, методе и структуру рада.

У другом поглављу дат је кратак осврт на постојеће методе управљања односима са клијентима. Анализирани су модели управљање односима с клијентима, пословним партнерима и стејкхолдерима у пословању електронских медија. Посебна пажња је посвећена напредним приступима и технологијама у управљању односима са стејкхолдерима електронских медија.

У трећем поглављу разматрано је електронско пословање медија. Детаљно су анализирани сервиси електронских медија и промене које технологије електронског пословања доносе у начине реализације и коришћења ових сервиса. Посебно су анализирани модели и технике мерења гледаности телевизијског програма, као и основне метрике које се користе при пројектовању иновативних пословних модела електронских медија. У овом поглављу је указано на потребу за трансформацијом пословања електронских медија која је настала под утицајем развоја интерактивних интернет и мобилних технологија.

У четвртм поглављу детаљно су описане технологије примењене за развој метода и сервиса за управљање односима са клијентима и пословним партнерима у пословању електронских медија. У овом поглављу је описан методолошки поступак за избор алата за управљање односима са клијентима у складу са новим корисничким и техничким захтевима. Дата је компаративна анализа водећих решења у области управљања односима са клијентима, уз предлог модела за избор одговарајућег. Истакнуте су предности примене решења заснованих на software-as-a-service моделу рачунарства у облаку, са циљем реализације поузданих и скалабилних система за управљање односима са клијентима у електронским медијима. Затим, анализирани су мобилне и технологије друштвених мрежа и могућности њихове примене за унапређење сервиса интерактивне телевизије.

У петом поглављу развијен је модел за управљање односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Развијена је архитектура модела, чији централни део чини веб портал интегрисан са сервисима друштвених медија и интерактивне телевизије. Анализирани су елементи инфраструктуре, пословних процеса и мерења перформанси развијеног модела. Ово поглавље представља најзначајнији научни допринос ове докторске дисертације.

У шестом поглављу је извршена евалуација предложеног и развијеног модела за управљање односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Евалуација је извршена у оквиру B2B електронског пословања Радио телевизије Србије, као највећег јавног медијског сервиса у Републици Србији. Евалуација је извршена кроз истраживање могућности и спремности за трансформацију B2B електронског пословања у прелазак на нове моделе сарадње са пословним партнерима. Извршена је анализа резултата и формулисане су смернице за унапређење постојећих и увођење нових електронских сервиса сарадње са пословним партнерима у електронским медијима.

У седмом поглављу дат је преглед научних и стручних доприноса дисертације. Будући правци истраживања приказани су у осмом поглављу. У Закључку је дат преглед садржаја и кључних доприноса и резултата дисертације. Списак литературе садржи релевантне референце за област дисертације. У прилогу је дат списак слика и табела.

3. ОЦЕНА ДИСЕРТАЦИЈЕ

3.1. Савременост, оригиналност и значај

Предмет дисертације је значајан и припада актуелним областима истраживања B2B пословања електронских медија, са посебним освртом на примену иновативних сервиса заснованих на интерактивној телевизији, мобилним и технологијама друштвених медија. Велики број научних и стручних часописа, конференција, књига, ресурса са веба и заинтересованост националних и светских агенција и истраживачких група, као и самих електронских медија, говори у прилог актуелности теме докторске дисертације.

На основу анализе постојећих модела B2B пословања електронских медија, фокус дисертације је усмерен ка увођењу нових пословних модела сарадње са клијентима и стејкхолдерима, узимајући у обзир актуелне промене у технологијама електронских медија. Кључни проблем који се разматра је могућност интеграције различитих типова медија и медијских сервиса у јединствен пословни систем. Интеграција се односи на информације, процесе, апликационе компоненте и људске ресурсе. Најзначајнији задатак који је постављен је дефинисање модела и сервиса који би обезбедили интегрално управљање односима са клијентима и стејкхолдерима у B2B пословању електронских медија. У савременом окружењу успех у пословању електронског медија зависи од способности да максимизира исход односа са заинтересованим странама: гледаоцима, грађанима, оглашивачима, провајдерима садржаја, купцима, пословним партнерима и сл. Нови пословни модели предложени у овој дисертацији су засновани на повезаним процесима, колективном доношењу одлука, транспарентности информација, заједничкој метрици и мањим баријерама за укључивање нових пословних партнера. У дисертацији су развијене нове методе и сервиси, развијен је модел за усклађивање пословних процеса и имплементацију савремених концепата у комуникацији и сарадњи са свим учесницима у пословању електронског медија. Развијени модел је прилагођен специфичним условима пословања електронских медија у Србији.

Ужи предмет истраживања у дисертацији се односи на управљање односима са клијентима са циљем да унапреде комуникација и сарадња, промовишу активности и услуге електронских медија и максимизира пословна добит. У контексту електронског пословања медија следећи сервиси су, као најзначајнији, посебно анализирани: управљање специфичним каналима комуникације, аналитика, кориснички сервиси, персонализовани сервиси и сервиси друштвених медија. У односу на традиционалне методе комуникације са клијентима које су се реализовале искључиво путем ТВ или радио уређаја, у овој дисертацији се разматрају приступи засновани на комбинацији употребе мобилних технологија, друштвених мрежа и осталих савремених медија за пренос информација. Анализирани су савремени концепти у управљању односима са клијентима: персонализовани приступ, адаптивност, интерактивност, доступност, кориснички генерисани садржаји, употреба друштвених медија, правовременост информација, јединственост и свеобухватност.

Најважнији допринос ове дисертације је модел за управљање односима са клијентима у B2B електронском пословању медија. Модел обухвата савремене стандарде, концепте и сервисе везане за различите сегменте пословања електронских медија. Модел обезбеђује успешну имплементацију савремених концепата и сервиса управљања односима са клијентима, као и могућност сарадње са стејкхолдерима. Развијен је и оквир који обухвата скуп алата и метода које омогућавају интеграцију различитих компонената у оквиру развијеног модела.

Са аспекта пословања електронског медија, имплементацијом развијеног модела постигнути су следећи циљеви: повећање квалитета и ефикасности комуникације и сарадње између електронског медија и заинтересованих страна, интеграција и координација релевантних пословних процеса, унапређење перформанси пословног система електронског медија, побољшање дизајна и корисности система за управљање односима са клијентима, као и повећање лојалности гледалаца.

Оригиналност постигнутих резултата ове докторске дисертације потврђују радови који су публиковани и саопштени на научним скуповима или објављени у часописима са рецензијом. Дисертација се може оценити као успешна, узевши у обзир да су дискусију и добијене резултате пратили потврђени научни закључци.

На основу изложеног, може се закључити да докторска дисертација доноси новине у односу на постојеће стање и отвара простор за даља истраживања.

3.2. Осврт на референтну и коришћену литературу

У докторској дисертацији има укупно 178 литературних навода. За израду докторске дисертације коришћена је обимна и актуелна литература коју су публиковали водећи светски издавачи (Springer, Elsevier, Wiley, IEEE, ACM Digital Library). У дисертацији су коришћени резултати актуелних научних истраживања из области електронског пословања у медијима, савремених технологија електронског пословања и управљања односима са стејхолдерима. Коришћена литература највећим делом обухвата савремене научне радове публиковане у истакнутим међународним часописима. Такође, коришћена су званична документа и публикације релевантних електронских медија и међународних организација, резултати јавно доступних истраживања, као и релевантни стандарди.

У делу дисертације који се односи на развој модела за управљање односима са клијентима у електронском пословању медија, коришћени су објављени радови кандидата наведени у поглављу 4.2. овог извештаја. Део дисертације који се бави развојем новог модела управљања односима са клијентима, написан је на основу објављених радова кандидата под редним бројевима (1,4,5). У делу дисертације у коме се анализирају сервиси за управљање односима са клијентима коришћени су радови кандидата под бројевима (1-5,7,8,9). Део дисертације у коме се говори о развоју веб портала као оквира за реализацију интероперабилних сервиса за управљање односима са клијентима написан је на основу радова кандидата (1,4,5,6). Део дисертације у коме су приказани резултати спроведених истраживања припремљен је коришћењем радова кандидата (1, 7, 8, 9).

3.3. Анализа примењених научних метода и њихова адекватност за спроведено истраживање

У изради дисертације коришћене су следеће научне методе:

- У првом делу дисертације (поглавља 2-4) коришћене су методе прикупљања и анализе постојећих научних резултата и софтверских решења. Коришћене су следеће опште научне методе: дескрипција, компарација, анализа и синтеза.
- У другом делу дисертације (поглавља 5-9) коришћене су: методе, модели и технике најбоље праксе развоја система управљања односима са клијентима у B2B електронском пословању, методе емпиријског истраживања, методе интервјуа. У практичном примеру имплементације и примене модела управљања односима са клијентима у B2B електронском пословању медија, коришћен је развијени модел, као и методе и технике описане у претходним поглављима.

Коришћене су методе за прикупљање и анализу података. У анализи резултата истраживања коришћене су статистичке методе, аналитичко-дедуктивна метода и компаративна метода.

Резултати су презентовани текстуално, описивањем и приказани су кроз више табела, слика и дијаграма са упоредним резултатима. Истраживање је интердисциплинарно, јер укључује методологију, информатику, менаџмент и друге научне дисциплине.

На основу анализе докторске дисертације може се закључити, да примењене научне методе и технике, по свом значају и структури, одговарају теми дисертације и спроведеном истраживању.

3.4. Оцена применљивости и верификације остварених резултата

Резултати докторске дисертације могу имати широку практичну примену у пословању електронских медија. Модел предложен у овој дисертацији може да послужи као полазна основа за трансформацију пословних модела и модела сарадње са пословним партнерима код свих електронских медија који уводе интерактивне сервисе.

Евалуација предложеног модела извршена је на конкретном примеру из пословне праксе јавног медијског сервиса Радио Телевизија Србије. Предложени модел и развијено решење су се показали као поуздани и флексибилни. Методолошки приступ предложен у овој дисертацији даје смернице и препоруке за успешан прелазак са традиционалног начина пословања заснованог на једносмерној комуникацији на савремено пословање које се заснива на интерактивним медијским сервисима.

3.5. Оцена способности кандидата за самостални научни рад

Области научног интересовања мр Вањице Ратковић-Живановић су: електронско пословање, управљање односима са клијентима, електронски медији, технологије електронског пословања, интерактивна телевизија. Током своје каријере стекла је значајно практично искуство, радећи у Радио Телевизији Србије.

У току израде докторске дисертације, мр Вањица Ратковић-Живановић показала је способност за разумевање проблема истраживања са више аспеката на основу доступне литературе, као и креативни приступ његовом решавању. Уочила је главне недостатке и проблеме постојећих решења у области B2B пословања електронских медија и конципирала и спровела истраживања са циљем да се они превазиђу. Такође, показала је потребну аналитичност и практичну оспособљеност за имплементацију развијеног модела управљања односима са клијентима у B2B електронском пословању јавног медијског сервиса.

Мр Вањица Ратковић-Живановић је резултате истраживања из ове докторске дисертације објавила у девет радова у научним часописима националног и међународног значаја, као и у зборницима радова са научних скупова. Већина објављених радова је из области електронског пословања, управљања односима са клијентима, електронских медија и интерактивне телевизије и приказују резултате вишегодишњег успешног истраживања на проблематици обрађеној у овој дисертацији.

На основу наведеног, сматрамо да кандидат мр Вањица Ратковић-Живановић поседује потребно знање и искуство за самосталан научни рад.

4. ОСТВАРЕН НАУЧНИ ДОПРИНОС

4.1. Приказ остварених научних доприноса

Главна хипотеза која је тестирана и доказана у оквиру ове дисертације је: Развојем система за управљање односима са клијентима и његовом интеграцијом у пословни систем електронских медија побољшавају се перформансе пословања, усклађују се пословни процеси у електронском пословању медија и постиже се веће задовољство и лојалност клијената.

Најважнији резултат истраживања у оквиру ове докторске дисертације је развој и имплементација оригиналног модела за управљање односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Развијени модел је прилагођен за примену у електронским медијима, дизајниран је да прати промене на тржишту и развој технологија електронског пословања, има велику употребну вредност и представља значајан научни резултат.

Оригиналност се огледа у дефинисању методолошког поступка за развој система за управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању медија, који омогућава трансформацију са традиционалног начина пословања на нове пословне моделе засноване на интерактивној телевизији и друштвеним медијима.

Научни доприноси наведени су редним бројевима одговарајућих објављених радова кандидата, приказаних у поглављу 4.2 овог извештаја:

- Формалном опису модела и метода развоја система за управљање односима са клијентима у електронском пословању медија, (*радови 1, 4*).
- Систематизацији и детаљној анализи имплементације и интеграције сервиса за управљање односима са клијентима, (*радови 1, 2, 3, 4, 5*).
- Моделу архитектуре система за управљање односима са клијентима у електронском пословању медија, (*радови 1, 4*).
- Унапређењу модела пословних процеса електронског медија применом концепта управљања односима са клијентима, (*радови 1, 4*).
- Развоју модела метрика и индикатора мерења перформанси система за управљање односима са клијентима у електронском пословању медија, (*радови 1, 4*).
- Дефинисању методолошког оквира интероперабилности електронског пословања медија заснованог на примени B2B веб портала, (*радови 1, 4, 5, 6*).
- Истраживању спремности јавних медијских сервиса за прелазак са традиционалних на иновативне моделе управљања односима са клијентима и сарадње са стејхолдерима (*радови 1, 7, 8, 9*).
- Истраживању могућности примене сервиса crowdsourcing-a и друштвених мрежа за унапређење односима са клијентима (*радови 3, 7, 8, 9*).
- Дефинисање смерница и поступака које ће служити електронским медијима који усвајају технологију интерактивне телевизије и друштвених медија и прелазе на иновативне моделе управљања односима са пословним партнерима (*радови 1, 4*).

4.2. Објављени радови проистекли из истраживања на дисертацији

Часописи међународног значаја - категорија M20:

1. Barać, D., **Ratković-Živanović, V.**, Despotović-Zrakić, M., Labus, A., Bogdanović, Z., E-business technologies for xRM: Exploring the readiness of public broadcasters, *Telematics and informatics*, Vol. 34, Issue 1, pp.20-29, doi:10.1016/j.tele.2016.04.005, 2017. ISSN: 0736-5853, IF za 2014: 1.120, M22.

2. Đurić, I., **Ratković-Živanović, V.**, Labus, M., Groj, D., Milanović, N. Designing an Intelligent Home Media Center, *Facta Universitatis, series Electronics and Energetics*, vol 29 no 3, pp. 461-474, 2016. ISSN: 0353-3670 (Print) 2217-5997 (Online), M24

Зборници научних скупова међународног значаја - категорија M33:

3. Bogdanović, Z., Labus, A., Simić, K., **Ratković-Živanović, V.**, Milinović, S. Harnessing Crowdvoting To Support Students' Creativity, *EDULEARN15 Proceedings, 7th International Conference on Education and New Learning Technologies*, 6-8 July 2015, Barcelona, Spain, pp. 4318-4326, ISBN: 978-84-606-8243-1, M33.
4. **Ratković-Živanović, V.**, Barać, D., Kovačević, I. Providing CRM services in B2B portal of electronic media, *Zbornik radova na CD-u sa XIV međunarodnog simpozijuma SymOrg 2014*, pp. 448-454, 6-10. jun 2014, Zlatibor, ISBN 978-86-7680-255-5, M33
5. Barać, D., Vujin, V., Milić, A., Simić, K., **Ratković-Živanović, V.** Designing intranet portal within an e-learning ecosystem, *EDULEARN14 Proceedings, 6th International Conference on Education and New Learning Technologies*, 7-9 July 2014, pp. 2715-2724, Barcelona, Spain, ISBN: 978-84-617-0557-3 / ISSN: 2340-1117, M33
6. Grubić, G., Milutinović, M., **Ratković-Živanović, V.**, Bogdanović, Z., Despotović-Zrakić, M. A method for web content semantic analysis: the case of manufacturing systems, *Proceedings of 4th International Conference on Information Society and Technology ICIST 2014*, pp.444-449, 6-13 March 2014, Kopaonik, ISBN:978-86-85525-14-8, M33.

Часописи националног значаја - категорија M50:

7. Vešović, V., **Ratković-Živanović, V.**, Petrović, R. Istraživanje modela upravljanja ljudskim resursima u elektronskim medijima, *Tehnika, sekcija Menadžment, br. 6.*, Časopis saveza inženjera i tehničara Srbije, 2011, M52.

Зборници научних скупова националног значаја - категорија M63:

8. **Ratković-Živanović, V.**, Modeli upravljanja ljudskim resursima kada se na konkurs prijavi 17 hiljada kandidata., *Zbornik radova sa XIII YU INFO konferencije*, 03.-06.03.2013., Kopaonik, Srbija., M63.
9. **Ratković-Živanović, V.**, Ceo grad u trci za posao na RTS-u - matematički modeli u procesu selekcije, *E-trgovina* 24.- 26.04.2013. Palić, Srbija, M63.

4.3. Приказ остварених стручних доприноса

Рад на докторској дисертацији резултовао је следећим стручним доприносима:

- Анализа примене сервиса и модела за управљање односима са клијентима у пословању електронских медија.
- Анализа и идентификација најважнијих проблема који отежавају B2B електронско пословање медија у Републици Србији.
- Препоруке за поступке коришћења података од стране интерних и екстерних корисника.
- Преглед и анализа софтверске инфраструктуре неопходне за имплементацију сервиса за управљање односима са клијентима у електронским медијима.
- Примена постојећих и реализација нових алата и сервиса за достављање информација клијентима.
- Креиран је прототип софтверског решења за реализацију B2B портала електронских медија.

- Креиран је прототип софтверског решења за реализацију управљања односима са клијентима електронских медија заснован на software-as-a-service приступу.
- Оцењена је практична применљивост управљања односима са клијентима у јавном медијском сервису.
- Демонстрирана је евалуација предложеног модела у пракси.

4.4. Критичка анализа резултата истраживања

Кандидат је у докторској дисертацији разматрао развој модела управљања односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Истраживачки рад је заснован на актуелним научним резултатима, са циљем креирања смерница за унапређење постојећих и креирање нових модела сарадње са пословним партнерима које ће служити електронским медијима који усвајају нове технологије интерактивне телевизије и друштвених медија. Анализирана је обимна литература, као и различите методе и технике у области електронског пословања, управљања односима са клијентима и интернет технологија.

Резултат истраживања је оригинални модел управљања односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Модел предложен у овој дисертацији је флексибилан, проширив, пружа добре перформансе и омогућава једноставну интеграцију различитих интерактивних медијских сервиса.

4.5. Очекивана примена резултата у пракси

Обзиром да предложени модел решава актуелне проблеме из праксе бројних електронских медија, могућности примене резултата истраживања из дисертације су велике. Једна од најважнијих предности модела предложеног у овој дисертацији је то што омогућава прелазак са традиционалних на нове пословне моделе електронских медија, узимајући у обзир утицај технологија које утичу на развој електронских медија. Резултати истраживања могу се применити као најбоља пракса и шаблон у трансформацији модела сарадње са клијентима електронских медија, без обзира на основни пословни модел, власничку структуру или циљну групу. Употребом предложених метода могу се унапредити сарадња са стејхолдерима, убрзати проток информација, развити нови персонализовани сервиси и повећати лојалност и задовољство клијената електронских медија.

Истраживање проблема управљања односима са клијентима у електронском пословању медија, са становишта практичне примене може имати вишеструке импликације:

- Резултати истраживања могу да помогну у даљој анализи проблема увођења и интеграције сервиса за прикупљање и приказивање електронских садржаја путем различитих врста медија.
- Резултати истраживања доприносе прецизнијем одређивању потребних временских, материјалних и људских ресурса за успешну имплементацију система за управљање односима са клијентима у електронским медијима.
- Резултати истраживања помоћи ће да се детаљније утврде захтеви који се постављају пред будуће пројекте развоја система за управљање односима са клијентима у пословном систему електронских медија.

С обзиром на актуелност теме и чињеницу да већина електронских медија послује путем Интернета, могућности примене резултата истраживања су велике.

5. ЗАКЉУЧАК И ПРЕДЛОГ

5.1 Кратак осврт на дисертацију у целини, на научне доприносе конкретној научној области и методологији, на примену у пракси и на способност кандидата

Предмет ове докторске дисертације је развој модела управљања односима са клијентима у B2B пословању електронских медија. Дефинисање оригиналног модела сарадње са клијентима и његова интеграција у пословни систем електронских медија представљају главне научне доприносе ове дисертације. Применом резултата из дисертације, електронски медији који су у процесу модернизације и трансформације пословних модела могу побољшати перформансе пословања, ускладити пословне процесе и постићи веће задовољство стејкхолдера и лојалност клијената.

Резултати истраживања из докторске дисертације објављени су до сада у једном раду у часопису међународног значаја са импакт фактором, категорије M22, као и у више радова у часописима националног значаја и зборницима научних скупова, и презентовани су на међународним конференцијама.

С обзиром на постигнуте резултате и значај обрађене теме, ова дисертација задовољава највише критеријуме и показује способност мр Вањице Ратковић-Живановић за научно-истраживачки рад.

5.2 Предлог Комисије Наставно-научном већу

На основу наведеног, Комисија предлаже Наставно-научном већу Факултета организационих наука да се докторска дисертација под називом „Управљање односима са клијентима у B2B пословању електронских медија“ кандидаткиње мр Вањице Ратковић-Живановић прихвати, изложи на увид јавности и упути на коначно усвајање Већу научних области техничких наука Универзитета у Београду.

У Београду, 27.05.2016. године

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

за оцену завршене докторске дисертације

1. _____
др Душан Бараћ, доцент,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука
ментор
2. _____
др Божидар Раденковић, редовни професор,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука
3. _____
др Милорад Станојевић, редовни професор, у пензији
Универзитет у Београду, Саобраћајни факултет

