

**ИЗБОРНОМ ВЕЋУ ФАКУЛТЕТА ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА ДЕКАНУ ФАКУЛТЕТА
ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА**

Одлуком Изборног већа 05-02 бр. 4/113 од 07.12.2017. изабрани смо за чланове Комисије за писање Извештаја о пријављеним кандидатима по расписаном конкурс за избор једног наставника у звање редовног професора за ужу научну област **Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације** у следећем саставу:

1. др Милица Костић-Станковић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, председник
2. др Радмила Јаничић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, члан
3. др Винка Филиповић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, члан у пензији
4. др Весна Милићевић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, члан у пензији
5. др Горан Петковић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Београду, члан.

На основу увида у достављени конкурсни материјал, Изборном већу и Декану Факултета организационих наука Универзитета у Београду достављамо следећи:

ИЗВЕШТАЈ

Конкурс за избор једног наставника у звање редовног професора за ужу научну област **Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације**, објављен је у огласним новинама Националне службе за запошљавање „Послови” број 755 од 13.12.2017. године, са роком трајања до 15 дана. На основу дописа који је Служба за правне и опште послове проследила Комисији у предвиђеном року пријављена је једна кандидаткиња, др Весна Дамњановић, ванредни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду.

КАНДИДАТКИЊА – ДР ВЕСНА ДАМЊАНОВИЋ

БИОГРАФИЈА

Основи биографски подаци о кандидаткињи:

Др Весна Дамњановић је рођена 24.8.1979. године у Београду, где је завршила основну школу и Прву београдску гимназију. Студије на Факултету организационих наука уписала је школске

1998/99 године. Дипломирала је 2002. године, са оствареном средњом оценом у току студирања 9,33 (девет 33/100). Дипломски рад на тему „Маркетинг план ФОН-а“ одбранила је код професорке др Винке Филиповић октобра 2002. године и добила оценом десет. образовање је наставила 2002. године на последипломским студијама Факултета организационих наука на смеру за *Менаџмент* на којем је положила девет испита с средњом оценом 10,00. Одбранила је магистарску тезу под називом “Нове тенденције повезивања продајних и маркетиншких стратегија у циљу стварања лојалности купаца” код професорке др Винке Филиповић 15.12.2005. године на ФОН-у.

Докторску дисертацију под називом „Активности продаје, маркетинга и односа с јавношћу у функцији креирања додатне вредности за купце“ одбранила је на ФОН-у 12.11.2007. године. Говори енглески и италијански језик, а служи се руским језиком.

У августу 2003. године боравила је у Немачкој где је завршила курс: *Training Cultural Management* и где је радила као асистент генералног директора интернационалног музичког фестивала *Festival Junger Kunstler* у *Bayreuth*-у. У периоду од септембра до децембра 2003. године одлази на научно усавршавање у Италију као добитник стипендије Италијанског Министарства спољних послова за курс: “Организација и примена информатичких система у институцијама, државним и приватним предузећима земаља у развоју” на Универзитет *La Sapienza* у Риму, који је успешно завршила (20 ЕСПБ).

Завршила је програм стручног усавршавања под називом „Унапређење академских вештина асистената на Универзитету у Београду“ (АСА програм) који је организовао Фонд за отворено друштво у сарадњи са Београдском отвореном школом. Током 2004. године похађала је кратки програм усавршавања на Манчестер пословној школи, под називом *Serbia and Montenegro Resettlement Programe*, као резултат учешћа на пројекту преквалификације официра у цивилна занимања, програм ПРИСМА, који је финансиран од стране Министарства одбране Уједињеног Краљевства, Велика Британија и Северна Ирска. Као предавач и адиминистратор праксе од 2004. године ангажована је на програму преквалификације вишка војног кадра за цивилна занимања ПРИСМА, на базичном курсу и на модулима „Менаџмент продаје“, „Управљање услугама и квалитет“ и „Оснивање и вођење малог бизниса“.

Кандидаткиња је 2007. године завршила курсеве *Case Method Teaching - Bringing the real world into your classroom* на *Boston University*, у Бриселу, *An Introduction to Case Writing* на *CEU Business School* у Будимпешти, и *Case Study Writing* у Монаку у Монте Карлу у организацији *ECCH sa Crienfield University* из Енлеске. Од 2004. до 2008. године кандидаткиња је завршила стручно усавршавање из области студије случаја из Маркетинг у пракси и добила диплому: *Professional Postgraduate Diploma in Marketing* од *Chartered Institute of Marketing* из Велике Британије. Постала је сертификовани предавач за *Маркетинг у пракси - област студије случаја на глобалном нивоу*.

Др Весна Дамњановић је аутор практикума *Маркетинг у пракси – примена*^{мм} *методе студије случаја* на енглеском и српском језику. Такође, аутор је студија случаја које су објављене у реномираним светским базама за студије случаја: *ECCH i Emerald Emerging Markets Case Studies*. Три студије случаја са светског такмичења у Београду BBICC објављене су у међународној књизи за студије случаја *TBS World Conference E-Case Book* на Тајланду, 10.октобра 2017.године. Аутор је монографије и коаутор поглавља у уџбенику. Као аутор и коаутор објавила преко 80 научно-истраживачких, стручних и других радова. Радови кандидаткиње су цитирани према *SCOPUS* сервису 14 пута (11 хетеро цитата) и преко *Google Scholar* 93 пута (44 хетеро цитата).

Кандидаткиња је одржала и неколико гостујућих предавања, и то: на *Middle East Technical University*, Анкара у Турској, 2. маја 2006. године, одржала предавање на тему *Market life cycle analysis* на међународној конференцији, *Estiem Vision Of Cycle Final Conference* за студенте из европских земаља (Турска, Финска, Француска, Немачка и Србија). На Факултету за управу, Љубљана у Словенији, од 8. до 10. марта 2006. године, одржала предавања на тему: *Writing a case study, Teaching a case study* као део Тренинга *Case study methodology* за студенте и асистенте Факултета. Поред тога, на Факултету за управу, Љубљана у Словенији, од 24. до 26. марта 2006. године, одржала предавање на тему *Организација специјалних догађаја*, као део Тренинга „Односи с јавношћу у јавној управи“ за студенте и асистенте Факултета. Била је и гостујући предавач на Факултету за управу, Љубљана у Словенији, 23. октобра 2007. године, где је одржала предавање на тему *Learning with case study*, за студенте Факултета. У марту 2011. године била је гостујући предавач на Универзитет у Витезу, Травнику, Босни и Херцеговини предавање: *Applying the case study method in class and competition*. У Аустрији је била гостујући предавач на *Upper Austria University of Applied Sciences, Steyr*, Аустрија, где је одржала предавања „Overview of Serbian Marketing“ и “CRM in sales department“ и била координатор за такмичење: *International Case Study Competition concerning the Sponsorship Insights Group, "Danube Week", Upper Austria University of Applied Sciences, Steyr, Austria*, 2009. године. У Македонији је одржала гостујуће предавање: *Case study method in Marketing, Faculty for Administration and Management Information System*, Битола у 2008. године. Била је гостујући предавач у Литванији на научном усавршавању на водећој пословној школи ISM, University of Manangement and Economics, на предметима “Међународни маркетинг” на академским студијама и “Теорије и методе маркетинг комуникације” на мастер студијама (2011 – фебруар 2012. године, октобар 2012. године, октобар 2014.године).

Држала је гостујућа предавање и тренинг на тему: *Case Competitions* на *BI Norweigan School* у Ослу у Норвешкој од 27 до 29.септембра 2014.године. Одржала је гостујућу обуку на тему: *Припрема Case Study тимова за такмичења* на Паневропском универзитету Апеирон 11- 12.1.2016.године у Бања Луци за студенте и професоре. У октобру 2016.године одржала је гостујућа предавања као добитник *CEEPUS III* програма мобилности за наставнике на Економског факултету у Прилепу на тему: *Methodology in Preparation of Case Study in Market Research, Presentation of Case Study in Management* за студенте и професоре. У јуну 2017.године одржала је *Sharing Session: Benefits of*

participating in case competitions на *Hong Kong University* у Хонг Конгу за менторе 24 светска универзитета. У септембру 2017.године одржала је гостујуће предавање и обуку на тему: *Learning with cases and preparing for business case competitions* на *American University of Beirut* у Либану од 21. до 24. септембра 2017.године. На светској конференцији о студији случаја: *World Case Conference, Bangkok, Thailand, Thammasat Business School* била је водећи говорник на тему: *Innovative, Practical, Connected through Case Study* у Бангкоку 10.октобра 2017.године.

Кандидаткиња је била предавач и учесник панела на стручним конференцијама:

- Предавач на тему: “Улога лидерства и тимске енергије у остваривању снова”, Друштво Србије за односе с јавношћу, Међународна струковна конференција – Прилика, 13.11.2015. год.
- Предавач на тему: „Улога повезивања и прилагођене комуникације у остваривању жеља“, Друштво Србије за односе с јавношћу, Међународна струковна конференција – Прилика: Уметност комуникације, 6.12.2017. год.
- Учесник панела: “Млади и образовање у Србији” на конференцији CSR Srbija 2017 – Изазови корпоративне друштвене одговорности - 26. 5. 2017. год.
- Учесник панела: *Back to the Future: how entrepreneurs and skilled workers from Serbia and the Region can participate in developing future global issues (ICT, Innovation, Smart Technology, Digitalization) and how the Diaspora(s) can help them*, 30.10.2017. год.
- Учесник панела: *A Powerhouse for Entrepreneurs Starting, Development and Growing Business in Serbia Wishful Thinking or Already Reality?*, *Serbian Economic Summit 2016*, <http://economicsummit.rs/>, 18.10.2016. год.
- Ученик округлог стола: *HR in Creative Industries in Serbia, Computer Graphic&Art Conference*, 1.12.2017. год.

Преглед података о образовању, радном искуству и претходно стеченим звањима

Образовање

- Диплома, 2002. године, ФОН, Универзитет у Београду; смер: *Менаџмент*; тема дипломског рада „Маркетинг план ФОН-а“, ментор: проф. др Винка Филиповић
- Магистратура, 2005. године, ФОН, Универзитет у Београду; смер: *Менаџмент*, тема магистарске тезе: “Нове тенденције повезивања продајних и маркетиншких стратегија у циљу стварања лојалности купаца“, ментор: проф. др Винка Филиповић
- Докторат, 2007. године, ФОН, Универзитет у Београду; „Активности продаје, маркетинга и односа с јавношћу у функцији креирања додатне вредности за купце“, ментор: проф. др Винка Филиповић

Претходно стечена звања

2013 – 2018. год.	Ванредни професор, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, научна област <i>Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације</i>
2008 – 2013. год.	Доцент, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, научна област <i>Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације</i>
2006 – 2008. год.	Асистент, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, научна област <i>Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације</i>
2003 – 2005. год.	Асистент-приправник, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, научна област <i>Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације</i>

Радно искуство и наставне активности

Од 12. октобра 2002. године др Весна Дамњановић радила је као сарадник на Факултету организационих наука. Учествовала је у организацији специјалистичких семинара у Институту за менаџмент ФОН-а. На Факултету организационих наука, Универзитета у Београду изабрана је звање асистента-приправника 26. децембра 2003. године за област *Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*, за предмете „Организација маркетинга“ и „Стратешки маркетинг“.

Након одбране магистарске тезе изабрана је у звање асистента 25. 5.2006. године за за ужу научну област *Маркетинг менаџмент, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације* за предмете „Маркетинг“, „Стратешки маркетинг“ и „Односи с јавношћу“ на основу одлуке Изборног већа Факултета. 25.5.2006. године. Кандидаткиња је изводила вежбе и на редовним студијама и на изборним предметима „Управљање продајом“, „Међународни маркетинг“ и „Маркетинг услуга“. Од школске 2006/2007. год. изводи вежбе на последипломским мастер и специјалистичким струковним студијама из предмета: „Маркетинг менаџмент“, „Односи с јавношћу – стратегије и тактике“, „Релациони маркетинг“, „Бренд менаџмент“, „Управљање кључним купцима“ и „Управљање продајом“.

У периоду од 2008.до 2013.године радила је у звању доцента у ужој научној области *Маркетинг менаџмент, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*.

Од 2009.године до данас, кандидаткиња држи и наставу на енглеском језику на дипломским академским студијама на предметима: „Маркетинг“, „Односи с јавношћу“ и „Стратешки маркетинг“.

Од 1. 6.2013.год. ради као ванредни професор на ФОН-у у ужој научној области *Маркетинг менаџмент, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*. На основним академским студијама је ангажована на извођењу наставе на предметима: „Маркетинг“, „Стратешки маркетинг“, „Односи с јавношћу“, „Управљање продајом“, „Међународни маркетинг“ и „Проучавање студије случаја у пословању“. На мастер академским студијама је ангажована на извођењу наставе на предметима: „Бренд менаџмент“, „Управљање кључним купцима“, „Маркетинг у јавној управи“, „Маркетинг метрика и перформансе продаје“, „Примењена маркетинг истраживања“, „Маркетинг менаџмент – холистички приступ“. На специјалистичким академским студијама је ангажована на извођењу наставе на предметима: „Маркетинг метрика“ и „Канали маркетинга“. На докторским студијама је ангажована на извођењу наставе на предмету: „Маркетинг и односи с јавношћу - стратешки приступ“.

На мастер студијама *CONCUR TEMPUS* пројекта број 145009-TEMPUS-2008-RS-JPHES држала је наставу на предмету „Индустријски маркетинг“. На мастер програму (*Executive MBA - EMBA*) *Управљање пословањем* који се изводи у сарадњи са Мокрогорском школом менаџмента ангажован је на извођењу наставе на предметима: „Стратешки маркетинг и комуникације“ и „Бизнис иновације“. На заједничким мастер студијама *International Business and Management* које се изводе у сарадњи са *Middlesex University, Business School* је руководилац и креатор предмета као и извођач наставе на предмету „International Marketing Management and Public Relations“. Весна је члан комисије за увођење међународне акредитације из Немачке на ФОН-у.

Оцена и евалуација резултата педагошког рада

У оквиру анонимних евалуација педагошког рада наставника и сарадника које спроводи Факултет организационих наука, др Весна Дамњановић је редовно оцењивана са високим оценама на студијским групама на којима изводи наставу од 4,7 до 5,00/5,00. Према доступним подацима у претходном изборном периоду укупна просечна оцена по школским годинама је:

2012/13 – 4,74;

2013/14 – 4,72;

2014/15 – 4,70;

2015/16 – 4,89;

2016/17 – 4,77.

На предмету *International Marketing Management and PR IBM* програму који ФОН ради у сарадњи са *Middlesex University* из Велике Британије: 2015/16 – 5,00. На предмету *Стратешке маркетинг комуникације* на програму *Управљање пословањем*: 2016/2017 – 4,89.

Сви резултати анкета су доступни на Факултету организационих наука.

Менторства и чланства у комисијама за завршне дипломске, мастер, специјалистичке радове и докторске дисертације

Др Весна Дамњановић је од последњег избора у звање је била ментор студентима на 34 завршна рада на основним академским студијама и члан у преко 100 Комисија за одбрану завршних радова. На мастер академским студијама од избора у звање ванредног професора је био ментор 42 одбрањена мастер рада и члан у преко 100 Комисија за одбрану завршних мастер радова. Од 2008. године до данас укупан број менторства за дипломске студије је 59 радова, и ментор 112 мастер радова.

Др Весна Дамњановић је била ментор на 3 специјалистичка рада и члан комисије 7 специјалистичких радова. Весна Дамњановић је била ментор 2 магистарска рада и члан комисија 10 магистарских теза.

Весна Дамњановић била је члан комисије четири докторских дисертација које су одбрањене:

1. мр **Јелена Крстовић** одбрањена 19.11.2015.год., тема: „Истраживање утицаја стратегијских комуникација на позиционирање корпоративног брэнда“
2. мр **Данијела Стефанов** - одбрањена 27. 9.2016.год., тема: „Унапређење пословне комуникације у банкарству оптимизацијом рада контакт центара“
3. **Бранка Новчић** – одбрањена 7.10.2015. год., тема: „Развој модела брендирања нације“
4. мр **Жељко Јовић** одбрањена 16. 6.2017.год., тема: „Развој модела међузависности промотивних активности и позиције брэнда приватних здравствених установа у Србији“ – чланство.

Поред тога, кандидаткиња је била члан Комисије за преглед и одбрану приступног рада и оцене научне заснованости теме докторске дисертације три кандидата:

1. **Дејана Милошев** – преглед и одбрана приступног рада и оцена научне заснованости теме: „Развој концептуалног оквира управљања маркетингом у креативној индустрији“
2. **Драгољуб Симоновић** - преглед и одбрана приступног рада и оцена научне заснованости теме: „Унапређење директне продаје применом модела и метода операционих истраживања“
3. **Наташа Ђурђевић** - преглед и одбрана приступног рада и оцена научне заснованости теме: „Интернет интелигентних уређаја у маркетингу и малопродаји“

У Већу студијских програма мастер академских студија др Весна Дамњановић је била представник Катедре за школске године 2012/13 и 2013/14, као и за 2014/15 и 2015/16. школске године. У Већу докторских академских студија је била заменик представника Катедре за школске године 2014/15, 2015/16 и за 2016/17 и 2017/18 школске године.

Најважнији резултати као ментора на светским такмичењима у решавању студије случаја:

- 2017.год. *Solvers Cup, International Case Competition, Budapest*, треће место
- 2016.год. *FEP Porto International Case Competition, Porto*, треће место,
са проф. др Иваном Мијатовић, ментор тима
- 2016.год. *McGill Management International Case Competition, Montreal*, прво место
- 2016.год. *BI International Case Competition, Oslo*, прво место,
са проф. др Славицом Цицварић Костић, ментор тима

- 2016.год. *KPMG International Case Competition, Dubai*, друго место
- 2015.год. *University of Navarra International Case Competition, Pamplona*, прво место
- 2015.год. *NUS International Case Competition, Singapore*, четврто место
- 2014.год. *Australian International Case Competition, Brisbane*, треће место
- 2014.год. *Creative Shock, Social Business Case Competition, Vilnius*, прво место
- 2013.год. *McGill Management International Case Competition*, друго место
- 2011.год. *Global Hult Case Challenge, London*, прво место, са доц. др Бранком Новчић Кораћ
- 2012.год. *McGill Management International Case Competition*, друго место
- 2011.год. *McGill Management International Case Competition*, друго место
- 2011.год. *Global Hult Case Challenge, New York*, треће место
- 2011.год. *Global Hult Case Challenge, London*, прво место

Најважнији резултати као ментора на регионалним и националним такмичењима у решавању студије случаја:

- 2017.год. прво место на националном такмичењу – *Cashless Challenge*
- 2017.год. прво место на националном такмичењу из односа с јавношћу *Прилика*
- 2017.год. прво место на националном такмичењу на сајму Предузетништва
- 2016.год. прво место на националном такмичењу из односа с јавношћу *Прилика*
- 2016.год. прво место на националном такмичењу KPMG
- 2016.год. друго место на *Changellenge Russia Cup 2016*, Москва, Русија
- 2015.год. прво место на националном такмичењу KPMG
- 2015.год. прво и друго место у Србији, *Ernst & Young*, новембар
- 2015.год. прво место на регионалном такмичењу, Portorož, Slovenija, Mart 2015
- 2014.год. Освојено је прво и друго место у региону, *Ernst & Young*, децембар
- 2014.год. прво место на националном такмичењу, KPMG, децембар
- 2014.год. прво место на регионалном такмичењу, Академски регион, Златибор
- 2014.год. прво место на регионалном такмичењу, Порторож, Словенија, март
- 2013.год. прво и друго место на националном такмичењу из односа с јавношћу
- 2013.год. друго место на регионалном такмичењу, Порторож, Словенија
- 2013.год. прво место на Менаџеријади, Грчка

Учешће у научно-истраживачким и стручним пројектима, семинарима и обукама

Др Весна Дамњановић је учествовала у реализацији већег броја пројеката. Тренутно је ангажована на стратешком научно-истраживачком пројекту Министарства науке и технолошког развоја Републике Србије: *Инфраструктура за електронски подржано учење у Србији*, од 2011.године до данас. руководицац: проф.др Владан Девеџић

Кандидаткиња је учествовала у неколико домаћих и међународних пројеката:

- 2013.год.- данас, Модел организовања светског такмичења у студији случаја *BBICC 2013 Belgrade Business International Case Competition 2013*“, 2012.год. - данас, руководицац пројекта

- Учешће на пројекту EY: HR.3.2.01-0154: *Development of a model for supporting graduates' early careers*, Katarina Pažur Aničić, Zagreb, 30. јун 2015. – 30. септембар 2016. год.
- 2016. год. Учешће на пројекту: *University and Economy Partnership for Supporting Active Learning transfer with cases - The case of Saudi Arabia and Serbia*, Salman Bin Abdulaziz University, Саудијска Арабија, координатор за Србију
- 2012-2013. год., Члан развојног тима међународног пројекта креирања професионалних стандарда за професију *Маркетинг Менаџмента, Certified Marketing Management Professional (CMMP®) Designation Handbook*, <http://www.theiimp.org/PDF/CMMP-Designation-Roadmap.pdf>, DESIGNATION ROADMAP (2013-2014), Канада
- 2007-2009. год., „Унапређење интерне комуникације и редизајнирање корпоративног Интранета ТЕЛЕКОМ СРБИЈА А.Д.“, Улога: консултант на пројекту, Наручилац: ТЕЛЕКОМ СРБИЈА А. Д. , Руководилац пројекта: проф. др Винка Филиповић
- 2008. год., „Conversion Courses for Unemployed University Graduates in Serbia (CONCUR)“, TEMPUS пројекат број 145009-TEMPUS-2008-RS-JPHES, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, Србија и TEMPUS Foundation, Србија
- 2004. год., „Пројекат обуке официра за цивилна занимања - PRISMA“, Министарство одбране Републике Србије, Београд, Србија и Црна Гора, Министарство одбране Уједињеног Краљевства, Велика Британија и Северна Ирска
- 2002. год., "Дефинисање стратегије развоја (концепта) и репозиционирање производног програма на тржишту Ваздухопловног завода "ОРАО" Бијељина", Ваздухопловни завод "ОРАО", Бијељина, Босна и Херцеговина
- 2001. год., „Пласман услуга спортске дворане на Златибору“, 2001, Улога: Координатор тима, извршено је истраживање тржишта и формирана је база података о потенцијалним корисницима, Руководилац пројекта: Проф. др Слободан Ћамиловић
- 2002. год., „Берза кадрова“, Улога: Сарадник на пројекту_Наручилац: Факултет организационих наука, Београд, _Руководилац пројекта: Проф. др Винка Филиповић
- 2003. год., „Бизнис план“, Улога: Сарадник на пројекту-координатор_Наручилац: културни центар Нови Београд-Мултиарт клуб _Руководилац пројекта: Проф. др Винка Филиповић
- 2002. год., „Методологија израде бизнис плана“, Улога: Сарадник на пројекту. Наручилац: Саобраћајни факултет, Београд
- 2003. год., „Дефинисање стратегије и политике цена поштанских услуга“, Улога: Сарадник на пројекту. Наручилац: ЈП ПТТ "Србија" ПОШТА, Руководилац пројекта: Проф. др Винка Филиповић
- 2008-2010. год., „Примена међународних стандарда ИСО 9001 – основа за обезбеђење квалитета ФОН-а ,(заменик Руководиоца тима), Подсистем продаје, Факултет организационих наука, Београд,

Кандидаткиња др Весна Дамњановић била је укључена у изради одређеног броја научно-истраживачких пројеката и обука из области *Маркетинга, Менаџмента продаје и Односа с*

јавношћу (Народне скупштине Србије, ОЕБС, Делта холдинг, Здравље Актавис, *Porche Leasing*, *Mercedes Benz*, *Bigz Publishing*, Галеника, Телеком Србија, Фиат Аутомобили Србија, Хотелијерска група Словенска Плажа, Меркатор, Привредна комора Србије, Металац и Банка Интеза).

Чланства у уређивачким организационим одборима, научним и стручним асоцијацијама

Др Весна Дамњановић је кооуредник или члан уређивачких одбора часописа:

- Коуредник часописа *The International Journal of Marketing Principles and Practices (IJMPP)*, Канада, од 2013.год. до данас
- Члан уређивачког одбора часописа *International Journal of Management and Marketing*, Пакистан, од 2014.год. до данас
- Члан уређивачког одбора часописа *International Journal Fenestra*, Центар за локалне иницијативе, Битола, Македонија, од 2016.године до данас
- Члан тима за књигу међународних стандарда за маркетинг: *Certified Marketing Management Professional (CMMP®) Designation Roadmap Internationally Accepted Marketing Standards™ (IAMST)*, 2015.год.
- Уредник зборника радова SYMORG2010 - *Организационе науке и менаџмент знања*

Др Весна Дамњановић је била рецезент у часописима:

- *Organizacija*, Словенија
- *Journal of Marketing Education*, Сједињене Америчке Државе
- *International Journal of Organizational Analysis*, Велика Британија
- *Interactive Learning Environment*, Велика Британија
- *Маркетинг часопис за теорију и праксу*, Србија

Била је и рецезент за књигу: *Principles of Marketing Concepts, Teories and Applications*, Dr M. Tariq Inteza, Саудијска Арабија, 2017.години.

Била је Председник организационег одбора међународног симпозијума SymOrg 2010 и члан програмског одбора симпозијума SymOrg 2014, SymOrg 2016 и SymOrg 2018. Била је члан програмског одбора на међународној конференцији: 25th CROMAR Congress : *Marketing as a Pillar of Success-Competitiveness, Co-creation and Collaboration*, Dubrovnik, 8-10. јун 2017.год. у Хрватској.

Др Весна Дамњановић је члан је струковних асоцијација Српског удружења за маркетинг SeMA од оснивања, Члан жирија, *Effie Srbija* 2017, који је одлучивао о Наградама за најбоље маркетинг кампање у Србији, испред *Internacionalne Asocijacije za Oglašavanje Srbija*. Била је члан Српске асоцијације менаџера од 2013. до 2016.године. Др Весна Дамњановић је члан међународног управног одбора за маркетинг професију, *International Advisory Council for the Marketing Profession (IACMP)* у Канади, као и члан и коуредник међународног управног одбора за маркетинг, *The International Higher Education Teaching and Learning Association* од 2015.године у Сједињеним Америчким Државама. Кандидаткиња је представник Србије за *International Institute of Marketing Professionals* на глобалном нивоу и представник Србије *Euromed Instituta* на Кипру.

Руководеће позиције:

- 2012.год.-данас, Руководилац Центра за пословне студије случаја на Факултету организационих наука
- 2013.год. – данас, Оснивач и директорка светског такмичења: *Belgrade Business International Case Competition (BBICC)* које је рангирано у најбољих 12 светских такмичења на целом свету,
- 2010-2011.год., Шеф Катедре за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу на ФОН-у
- 2009 – 2012.год., члан Савета ФОН-а

Награде

Др Весни Дамњановић додељене су следеће награде и признања:

2000/01.год. – Проглашена је за студента генерације.

2001/02го. – Проглашена је за студента генерације и као најбољи дипломирани студент ФОН-а, добила је диплому у Ректорату Универзитета у Београду.

2002. год. – Добитница је стипендије Амбасаде Краљевине Норвешке Програм "15 милиона за 500 најбољих".

2006. год. – Награда за једног од три најбоља асистента на програму ПРИСМА - пета генерација

2009. год. – Награда за најбољег наставника ФОН-а од стране студената (4.93/5.00).

2011. год.– Награда за најбољи научни рад на Еуромед конференцији 2011.

2012.год.– Ментор је студената ФОН-а који су добитници Светосавске награде као победници на светском такмичењу *Hult Global Case Challenge 2011*.

2012. год. – На 33. конкурс *Задужбине Андрејевић* рад јој је изабран за објављивање у библиотеци *Посебна издања* као најбољи у категорији Друштвене науке.

2013. год. – Проглашена је за једног од 5 најбољих професора ФОН-а у зимском семестру

2012/2013 2013. год.– Ментор је студената ФОН-а који су добитници Светосавске награде као победници на светском такмичењу *McGill Management International Case Competition 2012*.

2014.год. – Награда за лидерство и промоцију лидерства међу младима, Српска асоцијација менаџера

2015.год.– Награда за најуспешнију жену Општинске Вождовац, Градска општина Вождовац

2016.год. – Признање „Капетан Миша Анастасијевић”: Проф.др Весна Дамњановић, ванредни професор на ФОН-у и њени студенти- За успех и промоцију српске памети

2017.год. – Ментор је студената ФОН-а који су добитници Светосавске награде као победници на светском такмичењу *McGill Management International Case Competition 2016*

2017.год. – Објављена биографија у 100 најуспешнијих људи у Србији, *Oxford book* енциклопедија у Београду

2017.год. – Годишња награда за неизмеран допринос развоја чланова организације *Case Study Club* и вишегодишње менторство

СПИСАК НАУЧНИХ, СТРУЧНИХ И ДРУГИХ РАДОВА КАНДИДАТА

1. Завршни радови:

1.1. Докторска дисертација:

Дамњановић, В., „Активности продаје, маркетинга и односа с јавношћу у функцији креирања додатне вредности за купце“, Факултет организационих наука Универзитета у Београду, 12. децембар 2007. Докторска дисертација припада ужој научној области „Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације“ за коју се кандидат и бира у звање.

1.2. Магистарска теза:

Дамњановић, В., “Нове тенденције повезивања продајних и маркетиншких стратегија у циљу стварања лојалности купаца“, Факултет организационих наука Универзитета у Београду, 15. децембар 2005.

2. Монографска студија/поглавље у књизи M12 или рад у тематском зборнику међународног значаја (M14)

Радови објављени после избора у звање ванредног професора

2.1. **Дамњановић, В.**, Милосављевић, М. (2017), *Fiat Automobile Serbia's Brand Challenge: "Proudly Made In Serbia"*, TBS World Conference E-Case Book, Thammasat University, Bangkok, Thailand, **(M14)**

2.2. **Дамњановић, В.**, Милосављевић, М. (2017), *Danubius Pasta Meeting the strategic business challenge for a brighter future*, TBS World Conference E-Case Book, Thammasat University, Bangkok, Thailand, **(M14)**

2.3. **Дамњановић, В.**, Нешковић, Е., Милосављевић, М., Московљевић, А., Кнежевић, К., Јевтовић, Н. (2017), *Serbia the next tourist and business destination, Danubius Pasta Meeting the strategic business challenge for a brighter future*, TBS World Conference E-Case Book, Thammasat University, Bangkok, Thailand, **(M14)**

Радови пре избора у звање ванредног професора:

2.4. Цицварић, С., Дракулић, М., Девјак, С., Филиповић, В., Жаркић Јоксимовић, Н., **Дамњановић, В.**, Дракулић, Р., Никодијевић, А., (2009), *Public Administration Relations with Media: The Case of Serbia*, поглавље у монографији: "Contemporary Issues in Public Policy and Administrative Organization in South East Europe", (Eds) М. Винтар, П. Певцин, Универзитет у Љубљани, Факултет за управу, стр. 313-334, ISBN: 978-961-262-017-2 **(M14)**

2.5. **Дамњановић, В.**, (2010), *Higher Education in Serbia Improving the Involvement with Business Community*, Higher Education in South Eastern Europe, University-Economy Partnerships for Enhancing Knowledge Transfer, World University Service, Austria, str. 185-197. **(M14)**

2.6. Костић Станковић, М., **Дамњановић В.**, (2012), *The Social Media Interaction: Case Study In Students Perspective*, EU ENLARGEMENT PERSPECTIVE - Inside and outside concepts, стр. 235-243, ISBN: 978-9958-641- 02-2 **(M14)**

3. **Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)**

Радови после избора у ванредног професора:

3.1. **Дамњановић, В.**, Јаничић, Р, Јовановић, В, *Factors affecting patient satisfaction in the health care sector in Serbia*, (2017), Српски архив за целокупно лекарство, рад прихваћен за објављивање 31.10.2017, <https://doi.org/10.2298/SARH170718195D>, импакт фактор: 0.253 **(M23)**

3.2. **Дамњановић, В.**, Мијатовић, И. (2017), *Students perception of benefits from being engaged in International Case Competitions*, *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 22(2), 61-72. **(M24)**

Радови пре избора у ванредног професора:

Рад у врхунском међународном часопису (M21)

3.3. **Дамњановић, В.**, Једнак, С., Мијатовић, И., (2015), *Factors Affecting the Effectiveness and Use of Moodle: Students' Perception*, *Interactive Learning Environments*, 23(4), 496-514 **(M21)**
IF=1,163

Рад у међународном часопису (M23)

3.4. Филиповић, В., Цицварић, С., Штавланин, В., **Дамњановић, В.**, Радојичић, З., Жаркић Јоксимовић, Н., Гогић, А., (2010), *Influence of healthcare institution managers' proactive approach to communication activities on patient satisfaction*, *Војносанитетски преглед*, 67 (4), стр. 267- 271, ISSN 0042 8450, [doi:10.2298/VSP1004267](https://doi.org/10.2298/VSP1004267) **(M23)** **IF=0,179**

3.5. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., Цицварић Костић, С., Новчић, Б., Јаничић, Р. (2011), *Managers' Orientation of Health Care Organization – Comparasion Study of Serbia, Macedonia and Slovenia*, *HealthMed*, 5(6) , Suppl. 1, стр. 2206-2213, IF(2010): 0.331, SCle листа, ISSN 1840-2291 **(M23)** **IF=0,435**

3.6. **Дамњановић, В.**, Новчић, Б., Филиповић, В., Нешковић, Е., (2011), *Factors Affecting Serbian Wine Consumer Purchasing*, *Metalurgia International*, 18(5), 176-184. Impact Factor: 0.084 **(M23)** **IF=0,084**

- 3.7. **Дамњановић, В.**, Матовић, В., Цицварић Костић, С., Окановић, М., (2012), *Улога друштвене мреже LinkedIn у изградњи личног имиџа појединца*, Менаџмент – теорија у пракси, број 65. **(М24)**

4.. Радови објављени на скуповима међународног значаја М30

4. Саопштење са међународног скупа штампано у целини (М33)

Радови објављени после избора у звање ванредног професора:

- 4.1. **Дамњановић, В.**, Длачић Ј, (2015), *Perceived Students' Benefits Of Case Study Learning In Marketing: Comparative Analysis Of Croatia And Serbia*. In: 24th CROMAR Congress, Proceeding Marketing. Theory and Practice- Building Bridges And Fostering, Collaboration, Split, ISBN: 978-953-281-067-7, 2015, pp. 252-268. **(М33)**
- 4.2. Стефанов, Д, **Дамњановић В**, (2016), The instrument of integrated corporate communications. First Scientific Conference ECIN 2016: International Economics and Management Conference, Economics Institute, ISBN: 978-86-7329-100-0B, 181-185. **(М33)**
- 4.3. Proud, P., **Дамњановић, В**, Milosavljevic, M. (2017), Developing positive brand image of talents: Mentor perspective from international case competition, *ATINER Marketing Case Conference 2017*, Greece, ATINER's Conference Paper, Series MKT2017-2326, 2-16. **(М33)**
- 4.4. Мијатовић, И, **Дамњановић В**. (2016), *Innovative Strategies For New Competence Development – Bringing The Real World In Higher Education*, Paper presented at the Symposium proceedings - XV International symposium Symorg 2016: Reshaping the Future Through Sustainable Business Development and Entrepreneurship, Zlatibor, Faculty of Organizational Sciences, University of Belgrade, **(М33)**
- 4.5. Jednak S., Dmitrovic V., **Дамњановић В.**, *Intellectual Capital as a driver of economic development.*, Fifth Scientific Conference with International Participation "Economy of Integration" ICEI 2017 The role of economic thought in modern environment, December 7th- 9th, 2017, Tuzla, Bosnia and Herzegovina. Prihvacen rad. **(М33)**

Радови пре избора у ванредног професора:

- 4.6. **Дамњановић В.**, Круљ, Д., (2005), *Important factors for salesperson evaluation*, 7th Balcan Conference, Romania, 2005. (електронско издање) **(М33)**
- 4.7. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., Јаничић, Р., (2005), *he importance of integration of sales and marketing strategy in new economy*, International Scientific Conference: "The challenges of the new economy", Ohrid, 2005., стр.163-172. **(М33)**
- 4.8. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., Јаничић, Р., (2006), *The planning process of Integrated marketing communication*, International Scientific Days "Competitiveness in the EU - Challenge for the V4 Countries" Nitra, the Slovak Republic, 2006., ISBN 80-8069-704-3 (CD издање) **(М33)**

- 4.9. Мартиновић, Ј., **Дамњановић В.**, (2006), *The sales forecasting techniques*, International Scientific Days , "Competitiveness in the EU - Challenge for the V4 Countries" Nitra, the Slovak Republic, 2006. ISBN 80-8069-704-3 (CD издање) **(МЗЗ)**
- 4.10. **Дамњановић В.**, Вукмировић, Ј., Филиповић, В. (2006), *Analysis the relationship marketing strategy in the retailing sector in Serbia*, International Conference on Business, Economics and Management, Yasar University, Izmir Turkey, 2006 (CD издање: E-conference proceeding ISSN 13061089) **(МЗЗ)**
- 4.11. Филиповић, В., **Дамњановић В.**, Штавланин, В., Цицварић, С, Властелица, Т., (2006), *Marketing Reasearch Of Consumer Satisfaction In High Education Organisation In Serbia*, Proceedings of 9th Toulon-Verona Conference „Excellence in Services“, University of Paisley, Scotland, 2006., стр. 251- 260. IBAN 1-903978-33-5, **(МЗЗ)**
- 4.12. **Дамњановић В.** (2006),, *Customer Relationship Management: Implementation, Benefits And Problems*, Proceedings of the 1st International Conference „Changes in Social and Business Environment, ISBN: 9955-25-256-5, Litvanija, стр. 20-23, **(МЗЗ)**
- 4.13. **Дамњановић В.**, Штавланин., В., Филиповић, В., (2007), *Process of Communicating Added Value for Customer-Managerial View for Serbian Companies*, 1st International Scientific Conference Marketing theory challenges in transitional countries, Maribor, Slovenia, September 2007, ISSN: 978 – 961- 6354 - 67 -1, стр. 23-27., **(МЗЗ)**
- 4.14. Штавланин,В., Филиповић, В., **Дамњановић В.**, (2007), *Developing the Customer Satisfaction program in healthcare using customer experience*, 1st International Scientific Conference Marketing theory challenges in transitional countries, Maribor, Slovenia, September 2007, ISSN 978 – 961- 6354 - 67 -1, стр. 159-166., **(МЗЗ)**
- 4.15. **Дамњановић, В.**, (2008), *An Employee Perspective or CRM usage in a Sales department in Serbia*, Proceedings FH Science Day, мај 2008, ISBN 978-3-8322-7643-0, ISSN 0945-0998, Austria, стр.270-275. **(МЗЗ)**
- 4.16. **Дамњановић, В.** (2008), *Integrating Internal and External Communications: Strategic Challenge*, 13th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Slovenia, 2008, ISBN: 978-961-235- 322-3, pp.107-114. **(МЗЗ)**
- 4.17. **Дамњановић, В.**, Цицварић С., Окановић, М., Новчић, Б., (2009), *Teaching using the case study method: challenges for teachers and students*, Proceedings of the First International Scientific Conference - Gifted and Talented Creators of the Progress, Охрид, Македонија, 16-17. октобар 2009, стр. 146-153, COBISS.MK-ID 18467649 **(МЗЗ)**
- 4.18. Филиповић, В., **Дамњановић,В.**, Окановић,М., Жувела, З., (2009), *Маркетинг комуникација имедији у функцији изградње бренд идентитета апотекарског сектора Србије*, Друга међународна конференција, Маркетинг у фармацији, Суботица, 2009. **(МЗЗ)**
- 4.19. **Дамњановић, В.**, Кравић, М., Abdulrazek,Т., (2009), *Branding Strategy of Mediterranean Region as a Tourism Destination*, MIC , 2009, Tunisia, e-CD izdanje, ISBN: 979-961-266-049-9 **(МЗЗ)**

- 4.20. Новчић, Б., Дамњановић, В., (2010), *Organizing Marketing Case Study Competition: Benefits For Teachers, Students And Companies*, 29th International Conference: People and Organization, Portorož, Slovenia, 2010. ISBN: 978-961-232-238-0, **(МЗЗ)**
- 4.21. **Дамњановић, В.** Новчић.Б., (2010), *Improving Interactive Learning in Higher Education: Organizing Case Study Show*, 10th International Educational technology Conference, Istanbul, Turska, 2010. **(МЗЗ)**
- 4.22. Попеску, М., **Дамњановић, В.**, Новчић, Б., (2010), *Marketing outsourcing and global crisis: Serbian perspective*, 1st EMAC Regional Conference - 'Marketing Theory Challenges in Emerging Markets - MTC 4' in Budapest, Hungary, 24-25 September 2010, ISBN: 978-963-503-419-2, str.226-233. **(МЗЗ)**
- 4.23. Попеску, М., **Дамњановић, В.**, Новчић, Б., Премовић, М., (2010), *Serbia as Brand – Internal Perspective*, 3rd Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business, Business Development Across Countries and Cultures, Nicosia, Cyprus, 2010, ISBN: 978-9963-634-83-5, str.877-894. **(МЗЗ)**
- 4.24. **Дамњановић, В.**, Новчић, Б., (2010), *Improving Students' Process Of Learning With Case Study Method In Higher Education: Serbian Example*, QMHE, 6th International Seminar Quality Management in Higher Education, Tuclea, Romania, 2010, ISBN: 978-973-662-568-8, VOL 2 , str.401-404. **(МЗЗ)**
- 4.25. Костић-Станковић, М., **Дамњановић В.**, (2011), *The Social Media Interaction: Case Study In Students Perspective*, 1st International Conference Economic System of European Union and the Accession of Bosnia & Herzegovina, Витез, 21-24. September, 2011, CD издање, стр. 172-179, ISBN: 978-86-7680-255-5. **(МЗЗ)**
- 4.26. Новчић, Б., **Дамњановић, В.**, (2011), *Cross Cultural Differences in TV Advertising, Comparative Study: USA, Austria and Serbia*, ICBME, Cesme, 06 -09 October 2011, Turkey. **(МЗЗ)**
- 4.27. **Дамњановић, В.**, Новчић, Б., (2011), *Bringing the real world into your classroom - applying the case study method*, Changes in Social and Business Environment, Proceedings of The 4th International Conference, November 2011, ISSN 1822–7090, str.27-32. **(МЗЗ)**
- 4.28. Новчић, Б., **Дамњановић, В.**, Филиповић В., (2012), *How to make effective class with the case study method? - Students' Perspective*, International Technology, Education and Development Conference 2012, Valencia, Spain, 5th-7th of March 2012, ISBN: 978-84-615-5563-5 **(МЗЗ)**
- 4.29. Новчић, Б., Нешковић, Е., Филиповић, В., **Дамњановић, В.**, (2012), *Traditional Versus Innovative Case Study Teaching Method - Student Perspective*, International Technology, Education and Development Conference 2012, Мадрид, Spain, стр.3497-3504. **(МЗЗ)**
- 4.30. **Дамњановић, В.**, Биволаревић, С., Ивановић, А., (2012), *The LEGO Group and New Challenges: Innovative Marketing Strategy by 2015*, Иновативни менаџмент и пословне перформансе, Златибор, Србија, Symorg 2012, стр.1948-1956. **(МЗЗ)**

- 4.31. Бабић, М., **Дамњановић, В.**, (2012), *Application of neuroscientific concept in defining an effective marketing communication strategy*, Inovativni menadžment i poslovne performanse, Zlatibor, Srbija, Symorg 2012, стр.1113-1119. **(М33)**

5. Националне монографије, тематски зборници, лексикографске и картографске публикације националног значаја; научни преводи и критика издања грађе, библиографске публикације (М40)

После избора у звање ванредног професора

- 5.1. **Дамњановић, В.** (2015), *Стратегија управљања односима с купцима у продаји и маркетингу*, Задужбина Андрејевић, ISBN: 978-86-525-0249-3 **(М40)**
- 5.2. Штавланин, В., **Дамњановић, В.**, & Цицварић, С. (2014). *Маркетинг инжењеринг и комуникације*. Поглавље у Јашко, О. (ред.) МЕНАџМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИЈА - Приручник за припрему пријемног испита Студијски програм Менаџмент и организација. Београд: Факултет организационих наука. ISBN 978-86-7680-298-2 **(М45)**

Радови објављени пре избора у звање ванредног професора

- 5.3. **Дамњановић, В.**, (2012) *Marketing in Practice Applying the Case Study mm Method*, ФОН, Београд, Excelsior, ISBN 978-86-7680-242-5, Практикум
- 5.4. **Дамњановић, В.**, (2012) *Marketing u praksi Primena MM Metode studije slučaja*, ФОН, Београд, Excelsior, ISBN 978-86-7680-264-7
- 5.5. Петровић, Д., Мићић, М., Илић, Б., Јашко, О., Милићевић, В., Чуданов, М, Филиповић, В., **Дамњановић, В.**, Кнежевић, С. Јевтић, М. (2012) “Менаџмент и организација“, 1. izd. Београд: Fakultet organizacionih nauka, поглавље

6. Часописи националног значаја (М50)

Радови објављени после избора у звање ванредног професора

- 6.1. **Дамњановић В.**, Stavljanin, V., Bogdanoska Jovanovska, M. (2017). *Student Case Competition as a Talent Recruitment Tool – Employee Branding for Companies*. International Journal FENESTRA, 4(1) (прихваћено за објављивање) **(М51)**
- 6.2. **Дамњановић В.**, Cicvaric Kostic, S. Neskovic, E. (2017), *How to Write Cases and Teaching Notes in Marketing Education?*, Marketing – Časopis za teoriju i praksu, 48(1), 41-50. **(М51)**
- 6.3. **Дамњановић, В.** (2016), *Анализа кључних показатеља успеха у продајном одељењу у компанијама у Србији*, Анали Економског факултета у Суботици, 52 (36), 121-132. **(М51)**

- 6.4. **Дамњановић В.**, Proud, B., & Ruangwanit, N. (2017), *Perceived benefits and issues of student learning in business case competition – Comparison study of Serbia, Australia and Thailand*. Athens Journal of Education, доступан он лине на линку: <https://www.athensjournals.gr/education/2017-1-X-Y-Damnjanovic.pdf> (M51)
- 6.5. Јовановић, А, Милић, М, **Дамњановић В.** (2013), *Adaptacija Ponude Na Lokalnom Tržištu – Studija Slučaja Terranova Srbija*, Marketing – Časopis za teoriju i praksu, 44 (2), 173-183. (M51)
- 6.6. **Дамњановић, В.** Цицварић Костић С, Нешковић, Е, (2014), *Organizing Business Case Competition - Guidelines For Business Schools*, Integral Review: A Journal of Management, 7(2): 1-18. (M51)
- 6.7. **Дамњановић, В.** Bogdanoska Jovanovska, M. (2017). *Using Case Study As Active Learning Method In Macedonia*, International Journal Fenestra, 3, 50-59. (M51)
- 6.8. Длачић, Ј, **Дамњановић, В.** Рибарић, И. (2017), *Improving Learning Through Case Study Competitions: Challenges For Teachers And Students*, Ekonomski Vjesnik/Econviews - Review Of Contemporary Business, Entrepreneurship And Economic Issues, 1, 99-113. (M51)

Радови објављени пре избора у звање ванредног професора

- 6.9. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., (2005) ,*Формулисање маркетинг стратегије у Интернет маркетингу*, национални научно-стручни часопис, Инфо М4(13), ИСЧН: 1451-4435, Београд,., стр. 38-41. (M52)
- 6.10. **Дамњановић, В.**, Круљ, Д., Цицварић, С., (2005), *Креирање нове организационе структуре усмерене на потрошача*, Стратегијски менаџмент- часопис за стратегијски менаџмент и системе подршке стратегијском менаџменту, 10(3), ИСЧН 0354-8414, стр.133-137. (M52)
- 6.11. **Дамњановић, В.**, Круљ, Д., Филиповић, В., (2005) “Технике за оцењивање и мерење лојалности потрошача” , Стратегијски менаџмент- часопис за стратегијски менаџмент и системе подршке стратегијском менаџменту, 11(3), стр. 92-95, ISSN:0354-8414, (M52)
- 6.12. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., (2006), *Креирање додатне вредности за купца улога продаје и маркетинга* Часопис Маркетинг, 37 (2), ИСЧН: 0354-3471, стр. 73-77. (M51)
- 6.13. Филиповић, В., Вуковић, Б., Новчић, Б., **Дамњановић, В.**, (2006) *Процес грађења бренда банкарских услуга*, Часопис Маркетинг, 37(4), ИСЧН: 0354-3471, стр. 203-208. (M51)
- 6.14. Цицварић Костић, С., Окановић, М., Филиповић, В., **Дамњановић, В.**, Вукмировић. Ј., (2011). *Employees’ and Citizens’ Perception of Marketing Communications in Serbian Municipalities*, International Journal of Marketing Principles and Practices, 1(1), 1-9, 2011. <http://www.theiimp.org/PDF/ijmpp1a.pdf>, ISSN: 1927- 1689. (M51)
- 6.15. Новчић, Б., **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., (2012), *Позиционирање бренда понуде банкарских услуга – перспектива Србије*, Маркетинг – часопис за теорију и праксу, 43, ISSN 0354-3471, doi:10.5937/markt1202121N, стр. 121-132. (M51)

- 6.16. **Дамњановић, В.**, (2011) *Touche solutions – response to generation Y*, Emerald Emerging Markets Case Studies, ДОО: 10.1108/20450621111114830, **(M51)**
- 6.17. **Дамњановић, В.**, Кравић, М., Tarek Abdul Razek, (2009) "Tourism Branding Strategy of the Mediterranean Region", International Journal of Euro-Mediterranean Studies, Vol. 2, No 1., pp.99-120, 2009. **(M51)**
- 6.18. **Дамњановић, В.**, Милићевић, Ј., (2010) *The Study of the Serbian young Consumer attitude toward Mobile Advertising*, Pranjana: The Journal of Management Awareness, 13(2),1-15., The Print ISSN: 0971-9997 Online ISSN: 0974-0945. **(M51)**
- 6.19. Новчић, Б. **Дамњановић, В.**, Попеску М., (2012) *Serbia Brand Identity: perspective of residents and diaspora*, EuroMed Journal of Business, 7(3), 256-268, ISSN 1450 2194, doi: 10.1108/14502191211265316 **(M51)** – **Награђен као најбољи рад Еуромед конференције**
- 6.20. **Дамњановић, В.**, Окановић, М., (2011) "Менаџмент односа с купцима у продаји: Ставови менаџера компанија у Србији", Инфо М, 2011, Vol.37, ISBN: 1451-4397, str.4-8. **(M52)**
- 6.21. **Дамњановић, В.**, Филиповић, В., „Улога ИКТ подршке: Интеграција активности продаје, маркетинга и односа с јавношћу, Инфо М, 44, ISBN: 1451-4397, str. 41-45., **(M52)**
- 6.22. Премовић М., **Дамњановић В.**, (2010) *Стратешки приступ брендирању нацији*, Сингидунум ревија, 2010, .6(2), str. 200-208.,ISSN 1820-0702, **(M53)**

7. Саопштење са скупа националног значаја штампано у целини (M63)

Радови објављени после избора у звање ванредног професора

- 7.1. **Дамњановић В.**, Ćicvarić Kostić, S. Vladislavljević, N. (2017), *Укључивање пословних партнера у организацију догађаја – пример студентског светског такмичења BBICC*, Izazovi i problemi savremenog marketing u teoriji i praksi, Zlatibor, novembar 2017, ЦД издање, **(M63)**
- 7.2. **Дамњановић, В.**, Чејовић, А., Ђурђевић Н, (2015), *Управљање пројектом шопер маркетинга*, YUPMA konferencija– Projektni menadžment u Srbiji-novi izazovi, Zlatibor, 12-13. jun 2015, 97-102, **(M63)**
- 7.3. Окановић, М, Стефановић Т, **Дамњановић, В.**(2015), *Појам и савремена примена технолошког предузетништва*, ZBORNİK RADOVA - X Skup privrednika i naučnika SPIN'15: Inovativna Rešenja Operacionog Menadžmenta Za Revitalizaciju Privrede Srbije, **(M63)**
- 7.4. **Дамњановић, В.**, Грабеж С, Нешковић, Е. (2015), *Примена стратегије шопер маркетинга у малопродаји за трајна потрошна добра*, ZBORNİK RADOVA - X Skup privrednika i naučnika SPIN'15: Inovativna Rešenja Operacionog Menadžmenta Za Revitalizaciju Privrede Srbije, стр.503-511., **(M63)**

Радови објављени пре избора у звање ванредног професора

- 7.5. Филиповић, В., **Дамњановић, В.**, (2004), *Постављање маркетинга на позицију покретача у дигиталној економији*, Златибор, IX Међународни симпозијум “Менаџмент-кључни фактори успеха”, Суморг, 2004 (ЦД издање) **(М63)**
- 7.6. **Дамњановић, В.**, Ковачевић, А., (2004) *Репозиционирање бренда моћ природе*, Златибор, IX Међународни симпозијум “Менаџмент-кључни фактори успеха”, Суморг, 2004. [COBISS.SR-ID 514496666] (ЦД издање). **(М63)**
- 7.7. **Дамњановић, В.**, Цицварић, С., Филиповић, В., (2005) *Како постићи компетитивну предност у Интернет маркетингу*, Зборник радова, XI конференција YU ИНФО, Копаоник, 2005. (ЦД издање). **(М63)**
- 7.8. Властелица, Т., Костић, М., **Дамњановић, В.**, (2005), *Утицај интернета на креирање стратегија за успешне односе с јавношћу*, Зборник радова, XI конференција YU ИНФО, Копаоник, 2005. (ЦД издање) **(М63)**
- 7.9. **Дамњановић, В.**, (2005) *Примена матрице логике пројекта у организовању продајног одељења*, YUPMA, IX Интернационални симпозијум из пројект менаџмент-а, Зборник радова „Са пројект менаџментом у европске интеграције“, Златибор, 2005., стр. 133-137. **(М63)**
- 7.10. **Дамњановић, В.**, Штавланин, В., Властелица, Т., (2006) *Пројекат управљања кључним купцима у продајном одељењу*, YUPMA, X Интернационални симпозијум из пројект менаџмент-а, Зборник радова „Пројектно управљање организацијама нови приступи“, Златибор, 2006., стр.273-277. **(М63)**
- 7.11. **Дамњановић В.**, Јаничић, Р., (2006) *Промене у понашању потрошача при куповини робе широке потрошње на тржишту Београда*, Златибор, X Међународни симпозијум Суморг, 2006. (ЦД издање Зборник апстраката “Промене у организацији и менаџменту-Изазови европских интеграција”), стр 198. **(М63)**
- 7.12. Новчић, Б., Филиповић, В., Окановић, М., **Дамњановић, В.**, (2009) *Примена стратегије релационог маркетинга у аутомобилској индустрији*, SPIN 09, VII Скуп привредника и научника: Операциони менаџмент и глобална криза, стр. 61-66. **(М63)**
- 7.13. **Дамњановић, В.**, (2010) Зборник апстраката, Дванести скуп ФОН-а, Symorg 2010: Организационе науке и менаџмент знања, 9-12. јун 2010.године, Златибор, ISBN: 978-86-7680-215-9 **(М66)**
8. **Студије случаја** - стручне публикације
- 8.1. Новчић, Б., **Дамњановић, В.**, (2010) *ECCH case collection, Case Study: „Gazprom Neft: Green International Expansion Strategy“*, April 2010, **CASE**: Reference no.510-037-1.
- 8.2. **Дамњановић, В.**, (2010) *Case Study: „Hyundai brand“*, ECCH database, 2010, **CASE** Reference no. 510-038-1.
- 8.3. **Дамњановић, В.**, (2010) *Bio nacin brand: new market challenges in FMCG sector*, ECCH

case collection 2010, **CASE:** Reference no. 510-130-1.

- 8.4. **Дамњановић, В.,** (2010) *Sponsorship insights group (sig) success story with social media the european perspective*, ECCH case collection 2010, **CASE:** Reference no. 510-131-1

ПРИКАЗ ОДАБРАНИХ РАДОВА

У овом делу Извештаја представљени су одабрани научни радови кандидата др Весне Дамњановић објављени после избора у звање ванредног професора (2013-2017.год.).

Кандидаткиња је и у периоду после избора у звање ванредног професора наставила да се бави истраживањима анализе креирања додатне вредности за купце, праћење резултата пословања и стратегијом задржавања клијената у продајном и маркетинг одељењу.

Кандидаткиња је у монографији **5.1. Стратегија управљања односима с купцима у продаји и маркетингу** представила резултате истраживања повезаности продајног и маркетинг одељења у циљу креирања додатне вредности за купце у Србији и иностранству. Ово је једна од области интересовања кандидата којом се бавила и у својој докторској дисертацији. Представљен је *Net Score Promoter* - алат за мерење задовољства клијената који може помоћи у креирању стратегије задржавања купаца. Представљен је и оквир за развој шопер маркетинг стратегије за производе из области робе широке потрошње као и у раду **7.2. Управљање пројектом шопер маркетинга**. Кандидаткиња се у раду **7.4. Примена стратегије шопер маркетинга у малопродаји за трајна потрошна добра** објашњава шири концепт дефинисања шопер маркетинг стратегије у малопродаји на примеру трајних потрошних добара са корацима примене маркетинг стратегије у пракси. С друге стране, кандидаткиња је у раду **6.3. Анализа кључних показатеља успеха у продајном одељењу у компанијама у Србији** истраживала и интерну оријентацију организација да сагледа који су кључни фактори успеха запослених битни у продајном одељењу компанија у Србији. Реализовано је квантитативно истраживање од 633 запослених у различитим компанијама у оквиру продајног одељења на тржишту Србије и анализирано је поређене са сличним студијама у иностранству. Испитаници су били запослени на свим нивоима у продаји: директори продаје, супервизори продаје, менаџери за кључне купце, продавци и други. Резултати истраживања приказују квантитативне показатеље у продаји које запослени сматрају да су најважнији за пословне резултате. Највише се истичу: обим продаје количински и по вредности, број нових купаца и број наплате купцима. Број изгубљених купаца се валоризује као најмање важним у Србији, што је разлика у односу на студије из иностранства.

С обзиром на све већи значај управљања услужним организацијама у савременом пословању и уважавања оријентације на корисника услуга, кандидаткиња је део својих напора усмерила на научна истраживања анализирајући промене у маркетинг оријентацији у здравству. У раду **3.1. Factors affecting patient satisfaction in the health care sector in Serbia** приказани су најважнији

фактори који утичу на задовољство пацијената у Србији у здравственим установама. Истраживање је обухватило целу Србију са 406 испитаника. Идентификоване су четири важна фактора који највише утичу на задовољство пацијената у здравственом сектору у Србији: процес пријема пацијената, лекар, особље и технолошки алати. За анализу података коришћена је *SmartPLS 3* анализа. Модел описује да варијабла брига лекара од 66.2 базирана је на на три конструкта: процес пријема, технолошки алати и негу особља. У раду су доказане четири истраживачке хипотезе, док је хипотеза да ће технолошки алати имати позитиван ефекат на бригу о особљу, није потврђена.

Поред тога, кандидаткиња такође истражује примену методе студије случаја у маркетингу у настави у високом образовању и на домаћим и међународним такмичењима. Објавила је 3 студије случаја у међународној електронској књизи за студије случаја на Тајланду, десет радова на међународним и домаћим конференцијама и часописима као резултате бројних истраживања од стране студената, професора и представника компанија из Србије и иностранства.

Све три студије случаја које су објављене на Тајланду: за нови модел аутомобила Фиат 500 л, Данубиус пасту као и Србију повезани су заједничком области истраживања: бренд менаџмент. Приказани су значајни фактори при пласману новог бренда аутомобила на тржиште Србије и нових маркетинг истраживачких метода на основу *Censydiam* приступа који уважавају психолошке и социолошке димензије за бољу сегментацију тржишта потрошача. За Данубиус пасту приказано је на који начин је потребно позиционирати бренд на домаћем и иностраном тржишту као и веза за повећањем категорије продаје бренда у малопродајним објектима. Трећа студија случаја говори о брендирању деситанације - Србији као бренду где се обухватају два правца истраживања: Србија као пословна дестинација у виду привлачења иностраних инвестиција, као и Србија као туристичка дестинација у виду привлачења иностраних посетилаца.

У раду 3.2. ***Students perception of benefits from being engaged in International Case Competitions*** приказано је квалитативно истраживање са 36 студената са ФОН-а који су учествовали на светским такмичењима у решавању студије случаја и генерисани су користи које студенти имају на основу њихове перцепције техником критичких инцидената. Идентификовано је шест главних предности за студенте: побољшање вештина, стицање нових практичних знања, остваривање контаката, самореализација, могућност за запошљавање у улога ментора. Извршено је и поређење у односу на колеге из развијених земаља и идентификоване су три предности колега из иностранства: поседовање бољих он лине извора за учење у библиотекама које су боље опремљене са електронским базама података, учење целог додипломског програма на енглеском језику и међународна студентска размена на један семестар. Ово су смернице за већину високо образовних институција из Југоисточне Европе.

Pađ 6.4. Perceived benefits and issues of student learning in business case competition – Comparison study of Serbia, Australia and Thailand, који је представљен на међународној конференцији у Атини

2016.години објављен је у журналу *Athens Journal of Education* представља истраживачу студију у којој је учествовало 197 студената широм света са водећих светских универзитета који се такмиче у стидији случаја из 11 земаља а посебан акценат био је на утврђивању предности и недостатака за студенте који метод студије случаја има за припрему и наступ на светским такмичењима где се решавају пословни проблеми компанија. Идентификоване су предности: лично и професионално побољшање, презентационе вештине, рад под притиском и вештине решавања проблема. Недостаци који су идентификовани односе се на: вештину управљања временом, недовољно познавање локалних тржишта као и постављање приоритета на основу информација. Посебна важност овог рада је што пореди Србију као представника Европе, са Тајландом представником Азије и Аустралијом као представником Океаније.

Поред радова који истражују мишљење студената, реализована су истраживања и за наставно особље као ментора студената.

Циљ рада **6.8. Improving Learning Through Case Study Competitions: Challenges For Teachers And Students** је да прикаже квалитативну компаративну анализу мишљења студената, сарадника и наставника о примени студије случаја као наставног метода на такмичењима у решавању студије случаја у Хрватској и Србији. За студенте су идентификовани проблеми квантификације показатеља успеха за продајну и маркетинг стратегију као и управљање временом. За професоре као менторе који припремају студенте за такмичења утврђено је да увиђају проблем вештина преговарања код студената као и вођења дискусије да се дође до идентификације проблема и аргументованих решења која ће се применити у пракси.

У раду **4.3. Developing positive brand image of talents: Mentor perspective from international case competition** описано је квантитивно истраживање које је реализовано међу 55 ментора водећих пословних школа из 19 држава из целог света а који припремају студенте за наступ на светским такмичењима. Закључено је да рад ментори који раде са талентованим студентима имају развијене концептуалне вештине – вештине решавања проблема и доношења одлука, презентационе вештине и вештине тимског рада. Истраживање је обухватило изворе студије случаја које ментори користе за припрему студената за светска такмичења. Закључено је да 98.15% ментора користи студије случаја из секундарних извора података. Најпопуларнија база података је Harvard Business Publishing (25,93%), Ivey Publishing (22,22%), док 12,35% ментора има базе података са студијама случаја на факултетима на којима раде. **Рад 6.2. How to Write Cases and Teaching Notes in Marketing Education?** представља прегледни рад где аутори на основу вишегодишњег искуства представљају оквир за писање студија случаја за област маркетинг менаџмента као и белешке – план рада за предаваче које се користе као интерактивни метод учења на водећим пословних школама.

Поред наведених учесника студената и ментора у раду са студијом случаја у организацији светских такмичења учествују и компаније као партнери догађаја. Рад **7.1. Укључивање пословних**

партнера у организацију догађаја – пример студентског светског такмичења BBICC има за циљ да представи начин ангажовања стратешких партнера, партнера категорије производа, медија као и стратегију маркетинг комуникације ка њима. Рад је значај јер је представљен и пример организације светског такмичења BBICC 2016 као и стратегије обезбеђивања финансијских средстава преко донација и спонзорстава као активности маркетинга и односа с јавношћу. **Рад 6.6. Organizing Business Case Competition - Guidelines For Business Schools** који је публикуван у индијском часопису представља кораке за факултет да се организује догађај светско првенство у решавању студије случаја на основу истраживања студентске популације из региона. **Рад 6.1. Student Case Competition as a Talent Recruitment Tool – Employee Branding for Companies** указује да су компаније спремне да стручно и финансијски подржавају организацију студентских такмичења у решавању студије случаја јер су они погодан начин за регрутацију талентованих студената. Компаније у комуникацији са студентима успевају да се позиционирају као бренд број један послодавац на тржишту.

Оцена резултата научно-истраживаког и педагошког рада

На основу прегледа објављених радова на конференцијама, у часописима и књигама, може се закључити да је кандидаткиња др Весна Дамњановић остварила значајне научно-истраживачке резултате у области *Маркетинга, односа с јавношћу и мултимедијалних комуникација* фокусирајући се на релациони маркетинг и оријентацију на креирање додатне вредности у маркетингу и продаји, бренд менаџменту као и маркетинг оријентацији у здравству.

Као посебна област где се кандидаткиња фокусирала истиче се област анализе и примене методе студије случаја у наставном процесу и на студентским такмичењима из угла студената и ментора из Србије али и са глобалног нивоа. Поред теоријских приказа и резултата истраживања представљени су даљи правци интернационализације високог образовања, боља примена примера из праксе у наставном процесу и интеграција академских знања и потребе тржишта рада за студенте. Др Весна Дамњановић је била више пута ментор победничких тимова који су освојили прво место на светским такмичењима у решавању студије случаја (Памплон 2015.године, Вилнијус 2015.године, Монреал 2016.године, Осло 2016.године), европском, регионалном и националном нивоу. Била је ментор студената ФОН-а који су за резултате промоције високог образовања у иностранству добили Светосавску награду 2012., 2013. и 2016.године. Поред тога, оснивач је и директорка светског такмичења *Belgrade Business International Case Competition* од 2013.године које се одржава сваке године у Београду и које је према листама Окланд Универзитета рангирано у 12 најбољих такмичења на свету. Три студије случаја са BBICC 2013., 2014. и 2017.год.: Фиат Аутомобили Србија, Данубиус паста и Србија као бренд – следећа пословна и туристичка дестинација одабране су да се публикују у међународној књизи ***TBS World Conference E-Case Book na Thammasat Универзитету*** у Бангкоку и по тој књизи студенти из целог света ће учити примере са тржишта Србије.

Након избора у звање ванредног професора, др Весна Дамњановић публиковала је рад у часопису са SCle листе, националну монографију, осам радова у водећим часописима од националног значаја, пет радова на међународним научним скуповима, четири рада на скуповима од националног значаја, као и три студије случаја објављене као поглавља у монографији међународног значаја. Кандидаткиња је кооуредник и члан уређивачких одбора међународних часописа, као и рецензент у међународним часописима из Словеније, Сједињених Америчких Држава и Велике Британије.

Др Весна Дамњановић одржала је бројна гостујућа предавања по позиву у Литванији, Словенији, Турској, Аустрији, Норвешкој, Либану, Хонг Конгу, Тајланду, Босни и Херцеговини и Македонији. Њена биографија налази се у књизи Успешни људи Србије коју је објавио *Oxford Book* у Београду. Такође на основу бројних награда које добила за развој лидерства међу младима од Српске асоцијације менаџера учествовала је као панелиста или говорник на бројних стручним скуповима и конференцијама из области односа с јавношћу, маркетинг иновација, корпоративне друштвене одговорности и предузетничком маркетингу. Др Весна Дамњановић била је ментор студената на 34 завршна рада на основним академским студијама и члан у преко 100 Комисија за одбрану завршних радова. На мастер академским студијама од 2013.године је била ментор 42 обрађена мастер рада. Била је и ментор на 2 магистарска рада, 3 специјалистичка рада и била члан Комисије за одбрану четири докторске дисертације.

На основу наведеног, кандидаткиња др Весна Дамњановић у потпуности испуњава све Законом прописане услове за избор у звање редовног професора.

ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ И ПРЕДЛОГ КОМИСИЈЕ

На основу прегледа приложене документације, Комисија је утврдила да се на конкурс у предвиђеном року пријавила једна кандидаткиња, др Весна Дамњановић ванредни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду.

На основу материјала који је приложен и анализе научних (резултати истраживања обухватају Србију и глобални ниво), стручних (руководилац топ 12 светског такмичења BBICC- повезивање са водећим факултетима из целог света и промоција високог образовања кроз сарадњу са компанијама и Владом Републике Србије) и педагошких квалитета (високе оцене у наставном процесу на свим нивоима студија), као и остварених резултата у ужој научној области *Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*, Комисија је закључила да кандидаткиња др Весна Дамњановић испуњава све Законом прописане услове за избор у звање редовног професора за ужу научну област *Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*.

Имајући у виду све наведено, Комисија сматра да кандидат др Весна Дамњановић поседује високе научне, стручне и педагошке квалитете и да испуњава све законске и Статутом предвиђене услове за избор у звање редовног професора за ужу научну област за коју се бира. Стога, Комисија

предлаже да се ванредни професор **др Весна Дамњановић** изабере за наставника у звање редовног професора са пуним радним временом, на неодређено време, за ужу научну област *Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације*.

У Београду, 24.01.2018. године

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

др Милица Костић-Станковић, редовни професор
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду, председник

др Радмила Јаничић, редовни професор
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду, члан

др Винка Филиповић, редовни професор
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду у пензији, члан

др Весна Милићевић, редовни професор
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду у пензији, члан

др Горан Петковић, редовни професор
Економског факултета
Универзитета у Београду, члан