



UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET ORGANIZACIONIH NAUKA

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

Факултет организационих наука

НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ

Предмет: Подобност теме и кандидата Артура Бјелице за израду докторске дисертације

Одлуком бр. 05-/01 3/122-3 од 09.10.2019. године именовани смо за чланове Комисије за оцену теме и подобности кандидата **Артура Бјелице** за израду докторске дисертације и научне заснованости теме „Развој иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа“.

На основу материјала приложеног уз Захтев кандидата, Комисија подноси следећи

РЕФЕРАТ

1. Подаци о кандидату

1.1. Биографски подаци

Артур Бјелица је рођен 1970. у Горлицама (Пољска). Основно и средње образовање – смер биологија стекао је у Новом Саду. Студије медицине на Медицинском факултету у Новом Саду започео је 1989. и завршио 1995. године. Током 1997-2001. године специјализирао је гинекологију и акушерство, а 2007. године завршио је ужу специјализацију из ендокринологије. Магистарске студије на Медицинском факултету завршио је 2003. обранивши тезу под називом “Трудноћом индукована хипертензија – психосоматски аспекти”, а степен доктора медицинских наука стекао је 2004. године одбранивши дисертацију под називом “Детерминанте контрацептивних навика у женској студентској популацији”. Од 2006. године налази се на позицији Шефа одсека за репродуктивну ендокринологију на Клиници за гинекологију и акушерство КЦ Војводине. У свом клиничком раду усмерен је на дијагностику и лечење стерилитета, методе асистиране репродукције као и третман поремећаја из области репродуктивне ендокринологије. Своје знање и вештине усавршавао је учешћем на бројним домаћим и међународним скуповима као и током студијских боравака у Аустрији, Шпанији, Сингапуру, САД, Малезији, Јужноафричкој републици и Аргентини. Од 2001. Запослен је и на Катедри за гинекологију и акушерство Медицинског факултета у Новом Саду. Године 2019. изабран је за редовног професора Медицинског факултета у Новом Саду. Поред образовања из домена медицинских наука, завршио је студије психологије на Филозофском факултету у Новом Саду, 1999. године, а 2005. године стекао звање доктора психолошких наука са дисертацијом под називом “Спремност за промене и мотив постигнућа у процесу модернизације полних улога”. Едукован и сертификован је психотерапеут за психотерапијске правце – гешталт, рационално-емотивно-бихејвиоралну терапију, психодраму и асертивни тренинг. Године 2018. завршио је специјалистичке академске студије менаџмента у здравству одбранивши специјалистички рад под називом “Стратегије социјалног маркетинга у промоцији заштите репродуктивног здравља жена путем сервиса е-здравства” на Факултету организационих наука (ФОН) у Београду. Говори енглески, италијански, француски, пољски и руски језик.

Book of Proceedings 2nd International Scientific Conference on Digital Economy (pp 106/114). Tuzla: Visoka škola "Internacionala poslovno-informaciona akademija". (M33)

12. Bogdanović, Z., Despotović-Zrakić, M., Naumović, T., Živojinović, L., & **Bjelica, A.** Inducing creativity in engineering education: a crowdvoting approach. *18th International Symposium (INFOTEH)*(pp. 1-4). Jahorina: IEEE. DOI: 10.1109/INFOTEH.2019.8717761 (M33)

Радови у часопису националног значаја (M50):

13. **Bjelica, A.**, Šoć, M., & Despotović-Zrakić, M. (2019). Use of e-health tools from the very beginning of life - time-lapse embryo monitoring. *Medicinski pregled*, 72 (11-12), in press.
14. **Bjelica, A.** (2019). Editorial - Relevance of the Hippocratic Oath today. *Medicinski Pregled*, 72(1-2), 5-10.
15. **Bjelica, A.**, Rakočević, V., Rodić B., Jančić, R., & Jovanović Milenković, M. (2018). A project management approach to e-health marketing campaigns. *European Project Management Journal*, 8(2), 17-26. (M52)

Следи списак положених предмета на докторским студијама са оценама и ЕСПБ бодовима:

Називи предмета	Оцена	ЕСПБ
Е-управа - одабрана поглавља	10 (десет)	10
Мобилно пословање - одабрана поглавља	10 (десет)	10
Пословна интелигенција у електронском пословању	10 (десет)	10
Е-здравство	10 (десет)	10
Е-банкарство	10 (десет)	10
Електронско пословање - одабрана поглавља	10 (десет)	10
Е-образовање - одабрана поглавља	10 (десет)	10
Интернет маркетинг и друштвени медији - одабрана поглавља	10 (десет)	10
Методологија научно-истраживачког рада у техничко-технолошким наукама	10 (десет)	10

Кандидат је дана 31.01.2020. године упешно одбранио приступни рад за израду дисертације под називом „Развој иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа“.

1.3. Оцена подобности кандидата за рад на предложеној теми

Узимајући у обзир:

- резултате остварене током досадашњег образовања;
- резултате истраживања на тему електронског пословања, интернет маркетинга и информационих технологија, који су публиковани на научно-стручним конференцијама и у часописима;
- наставни и педагошки рад на високошколским институцијама;
- радно искуство у области здравства и менаџмента електронског пословања;

закључује се да је Артур Бјелица у потпуности квалификован и припремљен да тему докторске дисертације самостално истражује и пружи научно-стручне доприносе у тој области.

2. Предмет и циљ истраживања

Предмет истраживања приступног рада је развој иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа. Основни проблем који се анализира у овом приступном раду је испитивање могућности коришћења савремених форми, модела,

организације из угла маркетинга. Преносом информација о производу или услугама омогућује се промоција услуга, бренда или компаније. Овакав модел представља верзију маркетинга по принципу препоруке, односно од уста до уста. Електронска комуникација здравствене организације са запосленима (B2E) реализује се путем интранета. Социјалне интеракције унутар организације обично омогућавају извршавање широког спектра пословних процеса који помажу пословним процесима и из тог разлога посебну пажњу треба посветити концепту E2E. У литератури се наводе и три нова термина: запослени према пословном систему (E2B), запослени према клијенту (E2C) и запослени према друштвеним медијима (E2S) (Aagaard, 2013). Такође, може се предложити и разматрање односа клијент према друштвеним медијима (C2S), јер информације које клијент дели путем друштвених медија утичу на репутацију здравствене установе. У покушају да се сагледа комуникација која се одиграва у електронском пословању не треба занемарити и интеракцију која се одиграва између клијената и запослених (C2E).

У електронском пословању здравствених установа најзначајнији стејкхолдери су: пацијенти, лекари, медицинске сестре, менаџери, административно особље, техничко особље, фармацеутска предузећа, добављачи опреме и лекова, дистрибутери, регулаторне институције и други. Управљање односима са стејкхолдерима има за циљ унапређење сарадње, усклађивање пословних процеса, доношење одлука на основу остварене комуникације, смањење ризика, постизање бољих резултата пословања и задовољство крајних корисника. Комуникација са стејкхолдерима у е-здравству подразумева развој, имплементацију и примену различитих информационих технологија у циљу дисеминације здравствених информација, пружања здравствене заштите и промовисања јавног здравља. Међутим, проблем се јавља у координацији канала комуникације и сарадње и правовременој интеграцији информација и пословних процеса који се одвијају преко различитих канала сарадње. Координација канала комуникације и сарадње са стејкхолдерима у електронском пословању здравствених установа може се остварити применом напредних инфраструктура и апликација електронског пословања.

Инфраструктура електронског пословања у здравству треба да буде заснована на напредним информационим технологијама, као што су: мобилне технологије, *cloud computing*, интернет интелигентних уређаја, *wearable computing*, *blockchain* технологије и друге. Инфраструктура представља основу за реализацију пословних процеса здравствених организација. У ширем смислу, инфраструктура обухвата и окружење, правну регулативу, политички и економски контекст.

Апликације е-здрoвства укључују:

- специјализоване здравствене информативне веб-странице (често организоване од стране владиних агенција, здравствених система, предузећа, струковних друштава, и других профитних и непрофитних организација);
- широко распрострањено коришћење система електронских здравствених записа дизајнираних за чување и ширење здравствених информација за пружаоце здравствених услуга, администраторе и клијенте;
- различити облици апликација мобилног здравства;
- мобилна опрема за праћење и сигнализацију здравственог понашања (као што су носиви уређаји и системи уграђени у возила, одећу и спортску опрему);
- интерактивни телемедицински системи за прикупљање података о здрављу и пружање услуга здравствене заштите на даљину;
- интерактивни адаптивни здравствени информациони системи који подржавају здравствено образовање, мотивишу здравствено понашање и информишу здравствено одлучивање;
- групе за социјалну подршку;

B2C портал, управљачки процеси, извештавање, аналитика, управљање документима, управљање продајом, електронске набавке, управљање каналима комуникације и други. Сервиси портала се могу персонализовати, односно прилагодити појединачним стејкхолдерима.

Развој иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа обухватиће:

- Идентификацију структурних компоненти сложених комуникационих процеса у електронском пословању здравствених организација.
- Креирање модела комуникације и сарадње.
- Дефинисање инфраструктуре и архитектуре система електронског пословања неопходне за повезивање и координацију комуникационих канала здравствене установе.
- Анализу и пројектовање софтверских решења за поједине елементе иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа и њихову интеграцију у постојеће системе.
- Анализу технологија електронског пословања које се могу применити у управљању односима са стејкхолдерима.

Развој и примена иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа може имати позитиван утицај на развој електронског пословања здравствених установа у Републици Србији и омогућити бржи и ефикаснији начин сарадње учесника у здравству.

Примарни циљ истраживања је развој модела комуникације у електронском пословању здравствених установа. Развој модела обухватиће:

- Дефинисање визије и стратегије система за управљање односима са пацијентима и стејкхолдерима у електронском пословању здравствених установа,
- Вредновање искустава пацијената и система сарадње,
- Дефинисање процеса у систему за управљање односима са пацијентима и стејкхолдерима,
- Прикупљање података о пацијентима и стејкхолдерима,
- Избор адекватног технолошког решења,
- Формирање система метрика.

Визија система за управљање односима са пацијентима и стејкхолдерима представља водич за дефинисање стратегије. Процес започиње прикупљањем података, потом се подаци складиште, анализирају, дистрибуирају и резултати на крају примењују у здравственим установама. За евалуацију се користе метрике које представљају мерила успешности и повратни механизам за континуиран развој стратегија и тактика здравствене установе. Добро конципиран систем метрика повећава шансу здравствене установе за добром синхронизацијом процеса. Одсуство неког од показатеља може се лоше одразити на резултате, комуникацију и задовољење захтева пацијената. Систем метрика за управљање односима са пацијентима треба да задовољи критеријуме према којима су метрике засноване на процесима, дефинисане на свим нивоима (стратешки, операционални), усклађене са стратегијом здравствене установе.

Најважнији циљеви који се постижу имплементацијом система за управљање односима са пацијентима у електронском пословању здравствених установа су: повећање квалитета и ефикасности комуникационих процеса између пацијената и здравствене установе, повећање квалитета и ефикасности е-здравства, побољшање дизајна и корисности система за

- [8.] Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79–95.
- [9.] Aversano, L., & Tortorella, M. (2011). Applying EFFORT for Evaluating CRM Open Source Systems. In: Caivano D., Oivo M., Baldassarre M.T., Visaggio G. (eds) *Product-Focused Software Process Improvement. PROFES 2011. Lecture Notes in Computer Science*, vol 6759. Berlin, Heidelberg: Springer.
- [10.] Bajracharya, S. (2018, January 8). Communication. Available at <https://www.businesstopia.net/communication/>
- [11.] Bardhan, I. R., & Thouin, M.F. (2013). Health information technology and its impact on the quality and cost of healthcare delivery. *Decision Support Systems*, 55, 438-449.
- [12.] Bringula, R., & Basa, R.S. (2011). Factors Affecting Faculty Web Portal Usability. *Educational Technology & Society*, 14, 253–265.
- [13.] Burkhart, T., Krumeich, J., Werth, D., & Loos, P. (2011). Analyzing the Business Model Concept – A Comprehensive Classification of Literature. *International Conference on Information Systems 2011, ICIS 2011*. 5.
- [14.] Cadden, D., & Lueder, S.L. (2012). *Small Business Management in the 21st Century*. Washington: Saylor Foundation
- [15.] Calhoun, C. (2011). Communication as social science (and more). *International Journal of Communication*, 5, 1479–1496.
- [16.] Canada Health Infoway, Benefits Evaluation Indicators, Technical report, Version 2.0, April 2012. Available at <https://www.infoway-inforoute.ca/en/component/edocman/450-benefits-evaluation-indicators-technical-report-version-2-0/view-document?Itemid=101>
- [17.] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. New York: Pearson.
- [18.] Chan, J. (2008). An Integrated Architecture for Enterprise Relationship Management. *Communications of the IIMA*, 8(2), 55-65.
- [19.] Capillary Tech, (n.d.). How to Setup an Effective Omnichannel CRM Loyalty Program. Available at <https://www.capillarytech.com/know-how/omnichannel-crm-loyalty/>
- [20.] Chiaramonte D. (2008). A piece of my mind. Who's afraid of the empowered patient? *Journal of the American Medical Association*, 300, 1393–4.
- [21.] Cibangu, S.K. (2015). Communication science and information science: Convergences and divergences. *Emporia State Research Studies*, 50(1), 22-35.
- [22.] Cleverism (2015, March 14). B2E (business-to-Employee). Available at <https://www.cleverism.com/lexicon/b2e-business-to-employee/>
- [23.] Coiera, E. (2006). Communication Systems in Healthcare. *Clinical Biochemist Reviews*, 27(2), 89–98.
- [24.] Core dna (2019, October 6). Omnichannel eCommerce Marketing Strategies: 8 Ideas To Create The Perfect Customer Journey. Available at <https://www.coredna.com/blogs/multi-channel-vs-omnichannel-marketing>
- [25.] Craig, R.T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119–161.
- [26.] Dan, C. (2014). Consumer-To-Consumer (C2C) Electronic Commerce: The Recent Picture. *International Journal of Networks and Communications*, 4(2), 29-32.
- [27.] Dedding, C., van Doorn, R., Winkler, L., & Reis R. (2011). How will e-health affect patient participation in the clinic? A review of e-health studies and the current evidence for changes in the relationship between medical professionals and patients. *Social science & medicine*, 72(1), 49-53.
- [28.] DeLone, W. & McLean, E., (2003), Model of information systems success: a ten-year update, *J Manage Inform Syst*, 19 (4), pp. 9-30.
- [29.] DeVito, J.A. (2017). *The Interpersonal Communication Book*. Boston : Pearson Education Inc.
- [30.] Dhand, S. (2017, July 17). Good communication is at the core of all good medical care. Available at <https://www.kevinmd.com/blog/2017/07/good-communication-core-good-medical-care-3-examples.html>
- [31.] Dovijanić, P. (1995). *Organizacija zdravstvene delatnosti i usluga*. Beograd: Agora.

- [54.] Kemperman, J., Heelgoed, J., & op't Hoog, J. (2017). *Briliant Bussiness Models in Healthcare*. Switzerland: Springer International Publishing.
- [55.] King, S.F., & Burgess, T.F. (2009). Understanding success and failure in customer relationship management. *Industrial Marketing Management*, 37(4), 421-431.
- [56.] Krumeich, J., Burkhart, T., Werth, D., & Loos, P. (2012). Towards a Component-based Description of BMs: A State-of-the-Art Analysis. AMCIS 2012 Proceedings. Available at <http://aisel.aisnet.org/amcis2012/proceedings/EBusiness/19>
- [57.] Kumar, V., Aksoy, L., Donkers, B., Venkatesan, R., Wiesel, T., & Tillmanns, S. (2010). Undervalued or Overvalued Customers: Capturing Total Customer Engagement Value. *Journal of Service Research*. 13,3, 297-310.
- [58.] Libai, B., Bolton, R., Bügel, M. S., de Ruyter, K., Götz, O., Risselada, H., & Stephen, A. T. (2010). Customer-to-customer interactions: Broadening the scope of word of mouth research. *Journal of Service Research*, 13(3), 267-282.
- [59.] Liebowitz, M. (2018, February 27). Why You Need a Social Media CRM Platform. Available at <https://www.falcon.io/insights-hub/topics/customer-engagement/why-you-need-a-social-crm/>
- [60.] Makoul, G. (2001). Essential Elements of Communication in Medical EncountersThe Kalamazoo Consensus Statement. *Academic Medicine*, 76(4), 390-393.
- [61.] Martin, Robert C. (2017). *Clean architecture: a craftsman's guide to software structure and design*. Prentice Hall.
- [62.] Mazur, M. (2013, March 1). The huge difference between communication and communications. Available at <https://drmichellemazur.com/2013/03/difference-between-communication-communications.html>
- [63.] McArthur, S. (2011, August 26). An Introduction to XRM for a .NET Developer (Microsoft Dynamics CRM 4.0). Available at [https://docs.microsoft.com/en-us/previous-versions/dynamics-crm4/developer-articles/ee830281\(v=crm.6\)?redirectedfrom=MSDN](https://docs.microsoft.com/en-us/previous-versions/dynamics-crm4/developer-articles/ee830281(v=crm.6)?redirectedfrom=MSDN)
- [64.] Mc Cabe, K. (2018, July 12) Omnichannel Marketing: What it is, Why it Matters, and How to Execute it. Available at <https://learn.g2.com/omnichannel-marketing>
- [65.] McGowan, K.(2013, December 16) The Secret Language of Plants. Available at <https://www.quantamagazine.org/the-secret-language-of-plants-20131216/>
- [66.] McLean, S. (2010). *Business Communication for Success*. Irvington, NY: Flat World Knowledge Inc.
- [67.] Miller, K. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (2nd ed.).New York: McGraw-Hill Higher Education.
- [68.] O'Leary, D. (2014). Metrics for and Analysis of Variables for Wiki Use: A Case Study. In: *Advances in Business and Management Forecasting (Advances in Business and Management Forecasting, Vol. 10)*, Emerald Group Publishing Limited, 143-160.
- [69.] Orenga-Roglá, S., & Chalmeta R. (2016). Social customer relationship management: taking advantage of Web 2.0 and Big Data technologies. *Springerplus*, 5(1): 1462.
- [70.] Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Strategyzer series. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- [71.] Pettigrew, A. M. (2012). Context and action in the transformation of the firm: A reprise. *Journal of Management Studies*, 49, 1304-1328.
- [72.] Raciti, M.M., Ward, T., & Dagger, T.S. (2013). "The effect of relationship desire on consumer-to-business relationships". *European Journal of Marketing*. 47(3/4): 615-634.
- [73.] Radenković, B., Despotović-Zrakić, M., Bogdanović, Z., Barać, D., & Labus, A. (2015). *Elektronsko poslovanje*. Beograd: Fakultet organizacionih nauka.
- [74.] Reinhold, O., & Alt, R. (2011). Analytical Social CRM: Concept and Tool Support. BLED 2011 Proceedings. 50. Available at <http://aisel.aisnet.org/bled2011/50>
- [75.] Reinhold, O., & Alt, R. (2013). How Companies are Implementing Social Customer Relationship Management: Insights From Two Case Studies. BLED 2013. Proceedings. 24. Available at <http://aisel.aisnet.org/bled2013/24>

партнерима и унапређују укупни резултати електронског пословања здравствених организација.

Операционализацијом главне хипотезе постављају се две радене хипотезе:

X0.1. Могуће је развити иновативне моделе комуникације у електронском пословању здравствених организација који су засновани на савременим технологијама и сервисима

X0.2. Могуће је интегрисати компоненте и сервисе система за управљање односима са у постојећи пословни систем здравствене организације.

На основу наведених посебних хипотеза, могу се формулисати појединачне које се односе на елементарне чиниоце предмета истраживања:

X0.1.1. Имплементацијом модела за комуникацију повећавају се квалитет и ефикасност комуникације и сарадње између здравствене организације и заинтересованих страна.

X0.1.2. Могуће је прилагодити сервисе и услуге здравствене организације карактеристикама стејкхолдера.

X0.2.2. Применом предложеног модела може се реализовати комуникација и сарадња са стејкхолдерима посебно прилагођена пословном окружењу у Републици Србији.

X0.2.1. Интеграција сервиса веб портала, друштвених медија, мобилних сервиса и апликација, ИоТ сервиса и технологија свеприсутног рачунарства, у оквиру система за комуникацију и сарадњу са стејкхолдерима унапређује пословање здравствене организације.

4. Научне методе истраживања

Методологија истраживања у овом раду обухватиће сложен и организован поступак полазећи од логичких начела и принципа по утврђеним фазама. У сврху израде овог рада, од општих научних метода користиће се методе прикупљања и анализе постојећих научних резултата и достигнућа, моделирање, аналитичко-дедуктивна и статистичка метода. Моделирање ће се користити приликом израде модела комуникационих процеса у електронском пословању здравствених организација. Аналитичко-дедуктивне методе користиће се за анализу података о постојећим решењима, о технологијама, приступима и библиотекама за развој софтверских компонената. Мерење релевантних параметара и анализа добијених резултата ће бити обављени помоћу стандардних статистичких метода. Ово истраживање се може класификовати као комплексно (ујединачено учешће теоријског и емпиријског), по критеријуму времена једне појаве као трансверзално (пресек појаве у једном временском одсечку), по припадности науци као интердисциплинарно, по актуелности предмета као актуелно, по сврси и циљевима иновационо-хеуристичко (усмерено на откривање непознатих неоткривених чинилаца, својства и односа предмета истраживања), а по функцији у развоју науке припада акционом истраживању (решава конкретан актуелни проблем на основу изграђеног научног сазнања).

Резултати истраживања биће презентовани текстуално, описивањем, и приказани кроз више табела, слика и дијаграма са упоредним резултатима. Синтеза, апстракција, генерализација и класификација, као и остале методе научног објашњења биће примењене за закључивање на основу индукције и дедукције.

6. План истраживања и структура рада

План истраживања докторске дисертације приказан је у следећој табели:

	ФАЗА	ЗАДАТАК	МЕТОДЕ, ТЕХНИКЕ, СТАНДАРДИ
1.	Анализа постојећег стања и досадашњих резултата истраживања	Прикупљање информација у циљу анализе постојећег стања и досадашњих резултата о електронском пословању, комуникацији у здравственим организацијама, Интернет маркетингу и друштвеним медијима	- Претраживање база података - Претраживање стручне литературе - Претраживање Интернет ресурса
2.	Развијање и тестирање модела комуникације у електронском пословању здравствених организација по сегментима/учесницима комуникације	- Систематизација и анализа досадашњих сазнања о комуникацији у електронском пословању здравствених организација - Екстрација података/препорука из литературе - Идентификација учесника комуникације у електронском пословању здравствених организација - Истраживачки део: Анкетирање/интервјуисање идентификованих учесника комуникације - Дизајнирање веб портала према смерницама из литературе и истраживања потреба/захтева идентификованих учесника - Дизајнирање мобилне апликације према смерницама из литературе и истраживања потреба/захтева идентификованих учесника - Развијање екстерне и интерне мреже комуникације здравствене организације	- Претраживање стручне литературе - Анкетирање/интервјуисање идентификованих учесника комуникације - Софтверска решења за веб портал - Софтверска решења за мобилну апликацију - Софтверска решења за електронско пословање здравствених организација
3.	Интеграција развијених сегмената у иновативне моделе комуникације у електронском пословању здравствених организација	- Теоријска концептуализација модела - Пре-евалуација конципираних модела и интеграција у јединствени интегративни и иновативни модел комуникације у електронском пословању здравствених организација - Планирање имплементације модела	- Верификација и валидација - Статистичке методе
4.	Закључак	- Анализа предложеног решења - Предлог будућег истраживања	- Анализа - Синтеза

ФАЗА	МЕСЕЦ											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
1												
2												
3												
4												

7. Закључак и предлог

Из изложеног се може закључити да кандидат Артур Бјелица испуњава све услове предвиђене Законом о високом образовању за одобрење израде докторске дисертације под насловом „Развој иновативног модела комуникације у електронском пословању здравствених установа“.

Артур Бјелица поседује неопходна знања из електронског пословања, електронског здравства, интернет маркетинга и друштвених медија као и информационо комуникационих технологија за успешан рад на докторској дисертацији.

Тема припада ужој научној области Електронско пословање, мултидисциплинарна је и актуелна. Добијени резултати допринеће унапређењу процеса електронског пословања и унапредиће процес комуникације у е-здравству и могу имати практичну примену у здравственим установама.

На основу свега наведеног, комисија предлаже Наставно-научном већу да прихвати предложену тему и одобри израду пријављене докторске дисертације. За ментора докторске дисертације предлаже се др Маријана Деспотовић-Зракић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:



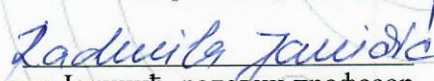
др Маријана Деспотовић Зракић, редовни професор
Факултета организационих наука,
Универзитета у Београду



др Божидар Раденковић, редовни професор
Факултета организационих наука,
Универзитета у Београду



др Зорица Богдановић, ванредни професор
Факултета организационих наука,
Универзитета у Београду



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



др Марија Јевтић, редовни професор
Медицински факултет,
Универзитет у Нови Сад

Београд, 31.01.2020.