

Универзитет Метрополитан Београд

METROPOLITAN UNIVERZITET
Br. 1-1-11939/1
09.09. 2022 god.
BEOGRAD, Tadeuša Košćuška 63

ИЗВЕШТАЈ О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА НА КОНКУРСУ ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ НАСТАВНИКА ИЗ НАУЧНИХ ОБЛАСТИ

1 ПОДАЦИ О КОНКУРСУ, КОМИСИЈИ И КАНДИДАТИМА

1. Одлука о расписивању конкурса, орган и датум доношења одлука
 - Одлука ректора број 3 - 3 – 00311 од 26. 08.2022. године
2. Број конкурса, датум и место објављивања конкурса
 - 1-1-11973 од 26.08.2022. године;
 - Сајт "Послови" Националне службе за запошљавање дана 30.08.2022. године
3. Број наставника који се бира, са назнаком редног броја радног места из конкурса, звања и назив уже научне области: Дигитални бизнис
4. Састав Комисије за припрему извештаја у пријављеним кандидатима за избор у звање наставника са назнаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датум избора у звање и установа у којој је члан комисије запослен:
 - 4.1. **Проф. др Татјана Мамула Николић**, ванредни професор, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан
 - 4.2. **Доц. др Милош Стојановић**, доцент, област: Менаџмент, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан
 - 4.3. **Проф. др Оливера Милутиновић**, ванредни професор, област: Економско-финансијски менаџмент, Универзитет Унион-Никола Тесла
5. Пријављени кандидати:
 - 5.1. Наташа ЂурђевићОдбацују се пријаве због неиспуњавања услова за избор по Закону о високом образовању следећих кандидата:
 - /

2 ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ – Наташа М. Ђурђевић

2.1 БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

1. Име, име једног родитеља и презиме:

Наташа Миодраг Ђурђевић

2. Звање наставника (ако постоји), датум избора и институција која је извршила избор (хронолошки навести и претходна звања, ако их је било, са датумима избора):

/

3. Датум и место рођења, адреса:

15. август 1971. Панчево

4. Садашње запослење, професионални статус, установа или предузеће:

Члан Извршног одбора ESEM пословне школе

5. Година уписа и завршетка основних студија:

Упис: 1990, завршетак: 1993.

6. Студијска група, факултет, универзитет и успех на основним студијама:

Економски факултет Универзитета у Београду, смер Маркетинг, просечна оцена 9,22

7. Година уписа и завршетка магистарских или мастер студија:

Према усвојеној Болоњској декларацији, признат мастер статус на основу завршених основних студија.
Упис: 1990, завршетак: 1993.

8. Студијска група, факултет, универзитет и успех на магистарским или мастер студијама:

Према усвојеној Болоњској декларацији, признат мастер статус на основу завршених основних студија.
Економски факултет Универзитета у Београду, смер Маркетинг, просечна оцена 9,22.

9. Наслов магистарске или мастер тезе и година одбране тезе:

Дипломски рад (признат као мастер рад) са темом: „Улога маркетинга у решавању еколошких проблема градова“ одбрањен 1993.

10. Наслов докторске дисертације (докторат је обавезан за наставнике):

„Интернет интелигентних уређаја у маркетингу и малопродаји“

11. Факултет, универзитет и година одбране докторске дисертације:

Факултет организационих наука Универзитета у Београду, 2022.

12. Место и трајање специјализација и студијских боравака у иностранству:

/

13. Знање светских језика – наводи: чита, пише, говори, са оценом одлично, врло добро, добро, задовољавајуће

Енглески: одлично чита, пише и говори

Француски: основни ниво

Грчки: основни ниво

14. Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација):

Маркетинг, стратешко планирање, електронско пословање

2.2 КРЕТАЊЕ У ПРОФЕСИОНАЛНОМ РАДУ

Година запослења, установа, факултет, универзитет или фирма, трајање запослења и звање, одн. назив посла (навести прво садашње, па онда претходна запослења):

1. 2021 ESEM, Executive School of Economics and Management
Члан Извршног одбора, без запослења
2. 2002-2021 The Coca-Cola Company
2019-2021: Category Director Nutrition Central Eastern Europe (CEE)
2018-2019: Shopper Marketing, e-Commerce & Sparkling/Portfolio Commercial Director CEE
2016-2018: Commercial Strategy and Customer Marketing Director CEE
2015-2016: Shopper Marketing Director Central Southern Europe (CSE)
2012-2015: Marketing Activation Excellence Director CSE
2010-2012: Adriatics Operations Director
2009-2010: Market Manager Serbia, Montenegro and FYR Macedonia
2008-2009: Marketing Manager Adriatics
2007-2008: Marketing Manager Stills Adriatic and Balkan Region (ABR)
2006-2007: Group Brand Manager Sparkling Soft Drinks ABR
2003-2006: Research Manager Adriatic, Balkan and East Mediterranean (ABEM) Region
2002-2003: Strategic Opportunity Manager, ABEM Region
3. 2001-2002 Publicis, Београд
Директор стратешког планирања и развоја пословања
4. 2000-2001 Fresh&Co, Суботица
Директор маркетинга
5. 1997-2000 The Coca-Cola Company
1999-2000: Brand Manager Coca-Cola/Coca-Cola light, Greece and Cyprus
1997-1999: Marketing Information and Research Manager Balkan Region
6. 1993-1997 Mark-Plan агенција за маркетинг, Панчево
1996-1997: Креативни директор
1995-1996: Маркетинг директор
1994-1995: Помоћник маркетинг директора
1993-1994: Асистент истраживач

2.3 ЧЛАНСТВО У СТРУЧНИМ И ПРОФЕСИОНАЛНИМ УДРУЖЕЊИМА

Члан српског огранка ИАА (IAA – International Advertising Association) од 2011. Председник удружења у периоду 2011-2013.

2.4 ДОСАДАШЊИ НАСТАВНИ РАД

2.4.1 Педагошко наставничко искуство

Наведите од које године сте ангажовани у настави, у ком звању, и назив факултета и универзитета

1. Економски факултет Универзитета у Београду, повремена ангажовања у својству гостујућег предавача на смеру Трговинског менаџмента и Маркетинга од 2011.
2. Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, гостујући предавач код професорке Мамуле Николић, 2 часа на тему Design Thinking у оквиру предмета Маркетинг менаџмент, 2021.
3. Факултет драмских уметности, Универзитет уметности, Специјалистичке студије ИАА „Реклама и медији“, водила предмет Међународни маркетинг као гостујући предавач, 2011-2013.
4. Факултет организационих наука Универзитета у Београду & Middlesex University, гостујуће предавање на предмету International Marketing Management and PR на тему Shopper Marketing strategy 2009.

5. Факултет организационих наука Универзитета у Београду, повремена ангажовања у својству гостујућег предавача на предмету маркетинга на редовним студијама 2002.
6. ФЕФА, Универзитет Метрополитан, гостујуће предавање на предмету маркетинга 2009.
7. Факултет за менаџмент FAM, гостујуће предавање на предмету маркетинга 2011.

2.4.2 Учешће у настави у својству асистента

Навести године, научну област, факултет

1. /

2.4.3 Предмети

Хронолошки навести предмете које сте предавали: назив предмета, студијски програм, ниво студија, факултет, од школске године до школске године, универзитет

1. Међународни маркетинг, специјалистичке студије „Реклама и медији“, ФДУ, Универзитет уметности, 2011-2013.

2.4.4 Извођење наставе на универзитетима ван земље

Навести назив предмета, универзитет, временски период:

1. /

2.4.5 Менторства

1. Број менторства на мастер студијама: /
2. Менторства на докторским дисертацијама: /
 - 2.1. (име и презиме докторанта, ужа научна област дисертације, факултет)
 - 2.2.
3. Менторство талентованих студената, учесника глобалних такмичења у решавању студија случаја, при Центру за Студије пословних случајева на Факултету организационих наука, област: Стратешки маркетинг и трговина

2.4.6 Учешће у комисијама за одбрану завршних радова

1. Број комисија на мастер академским студијама: /
2. Број комисија на докторским студијама: /
3. Члан жирија такмичења студената завршне године на смеру Трговински менаџмент и маркетинг на Економском факултету Универзитета у Београду – такмичење је форма полагања испита из предмета Трговински маркетинг и менаџмент продаје

2.4.7 Уџбеници

Хронолошки наведите: наслов, аутори, година издавања, издавач

1. Аутор примера из праксе „МП панел тржишта Југославије“, у књизи проф. Др Бранка Маричића „Понашање потрошача“, 4. измењено и допуњено издање, 1996. Савремена администрација

2.4.8 Друга дидактичка средства (приручници, скрипте и сл.)

Хронолошки наведите: наслов, аутор, година издавања, издавач

1. /

2.5 НАГРАДЕ И ПРИЗНАЊА УНИВЕРЗИТЕТА, ПЕДАГОШКИХ И НАУЧНИХ АСОЦИЈАЦИЈА

1. /

2.6 ОСТАЛО

1. У периоду 2012-2019. одржала преко 30 дводневних програма обуке из области *shopper marketinga*, под називом „*Leadership at the point of sales*“ у оквиру Кока-кола компаније. Била одговорна адаптацију, развој и унапређење глобалног програма. Просечна оцена програма од стране полазника је била преко 4.8 (од 5). Програм је реализован у преко 10 земаља у Европи и Азији.
2. Припремала и реализовала програме обуке за учеснике једногодишњих програма праксе у оквиру Кока-кола компаније у периоду 2006-2012. Обука је обухватала теоријска знања из области маркетинга, као и низ практичних пројеката.
3. Активна као предавач на радионицама и програмима обуке младих професионалаца у области маркетинга које организује ИАА од 2011. године до сад.
4. Предавач у оквиру EDGE семинара „Маркетинг планирање – стратегије и тактике“ од 2007-2010.
5. Појединачна гостујућа предавања и радионице у области маркетинга на домаћим и међународним конференцијама и семинарима: SEEMAR, SEMPL, Brand Fair, Привредна комора Црне Горе, Kapital Skopje, AKIS, Marketing Summit и друго.

2.7 ПРЕГЛЕД ДОСАДАШЊЕГ НАУЧНОГ И СТРУЧНОГ РАДА

Унети референце по њиховим категоријама дефинисаним у *Правилнику о поступку и начину вредновања, и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача*, које је донело Министарство просвете, науке и технолошког развоја.

При навођењу референци кандидат је дужан да проучи наведени Правилник и да наведене референце усклади са критеријумима наведеним за сваку категорију научних публикација наведених у Правилнику и да наведе све релевантне податке за ту референцу

Уколико сте до сада имали звање наставника универзитета, посебно наведите Ваше референце пре последњег избор у звање, а посебно у периоду од последњег избора у звање.

2.7.1 Монографије међународног значаја (M11 и M12):

За сваку референцу навести: Назив монографије, издавач, година издавања, датум одлуке стручног органа издавача који је усвојио рецензију и донео одлуку о издавању, имена и презимена чланова рецензентске комисије и категорију референце према Правилнику министарства (M11, M12).

1. /

2.7.2 Остале референце категорија M10 (M13 – M18):

За сваку референцу навести: Назив монографије или тематског звања, назив референце, издавач, ИСБН, година издавања, и категорију према Правилнику министарства (M13, M14, M15, M16, M17, M18).

1. /

2.7.3 Монографија националног значаја (M41 и M42):

За сваку референцу навести: Назив монографије, издавач, ИСБН, година издавања, датум одлуке стручног органа издавача који је усвојио рецензију и донео одлуку о издавању, имена и презимена чланова рецензентске комисије и категорију референце према Правилнику министарства (M41, M42).

1. /

2.7.4 Остале референце категорије M40 (M43 – M49)

За сваку референцу навести: Назив монографије, издавач, ИСБН, година издавања, датум одлуке стручног органа издавача који је усвојио рецензију и донео одлуку о издавању, имена и презимена чланова рецензентске комисије и категорију референце према Правилнику министарства (M43, M44, M45, M46, M47, M48, и M49).

1. /

2.7.5 Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M21a, M21, M22, M23, M24):

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научног рада (M21a, M21, M22, M23 и M24)

1. Đurđević, N., Labus, A., Barać, D., Radenković, M., & Despotović-Zrakić, M. (2022). An Approach to Assessing Shopper Acceptance of Beacon Triggered Promotions in Smart Retail. Sustainability, 14(6), 3256, ISSN 2071-1050. <https://doi.org/10.3390/su14063256>, (M22, IF=3.251)

2.7.6 Остале референце категорија M20 (M25 – M29)

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научне критике (M25, M26, M27), положај главног уредника часописа на годишњем нивоу (M28a, M28b), и уређивање научног часописа, тематске монографије (M29a, M29b, M29v)

1. /

2.7.7 Радови и предавања по позиву у зборницима међународних научних скупова (M30)

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научног рада (M31, M32, M33, M34, M35, M36)

1. Labus, A., Despotovic Zrakić, M., Durdevic, N., & Bogdanovic, Z. (2016). Internet of things in marketing and retail. Proc. of the Intl. Conference on Advances in Information Processing and Communication Technology - IPCT 2016., 20–24. ISBN: 978-1-63248-099-6 <https://doi.org/10.15224/978-1-63248-099-6-30> (M33)
2. Đurđević N, (2016) Analysis and validation of success factors of mobile applications as E-marketing tactic, Symorg 2016, Vol.15, pp. 372-379, ISBN: 978-86-7680-326-2 (M33)
3. Đurđević N, (2014) Using big data for customer loyalty in online business, Symorg 2014, Vol.14, pp. 477-484, ISBN: 978-86-7680-295-1 (M33)

2.7.8 Радови у часописима националног значаја (M50)

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научног рада (M51, M52, M53, M54, M55, M56, M57)

1. /

2.7.9 Радови и предавања по позиву у зборницима скупова националног значаја (M60)

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научног рада (M61, M62, M63, M64, M65, M66, M67, M68, M69).

1. Đurđević N, Bogdanović Z, (2015) Istraživanje usklađenosti LMS-a internacionalnih preduzeća sa potrebama nove generacije kadrova, YUINFO 2015 Zbornik radova, pp. 30-35, ISBN: 978-86-85525-15-5 (M63)
2. Damjanović V, Đurđević N, Čejović A, (2015), Upravljanje projektom shopper marketinga, YUPMA 2015 – Projektni menadžment u Srbiji-novi izazovi, Zlatibor, 12-13. jun 2015, pp. 97-102. (M63)
3. Đurđević N, Ličina B, Stojšavljević N, (2010) Strategija pozicioniranja brenda energetskog pića „Ultra Energy“ među studentskom populacijom na tržištu Srbije, SymOrg vol. 12, 2010, Zbornik radova, pp. 823-829. (M63)
4. Mamula T, Miletić N, (1995) Segmentacija tržišta - element strateškog upravljanja primenjena na tržištu Plazma kekša, IV Međunarodni simpozijum SymOrg 95, Zlatibor, 29.5.-1.6.1995. (M63)

2.7.10 Одбрањена докторска дисертација кандидата (M70)

Наведите назив дисертације, научну одблат дисертације, факултет, универзитет, ментор и година одбране дисертације

Дисертација: „Интернет интелигентних уређаја у маркетингу и малопродаји“

Научна област: Информациони системи и технологије

Факултет и универзитет: Факултет организационих наука Универзитета у Београду

Ментор: др Александра Лабус, ванредни професор, ФОН

Година одбране: 2022.

2.7.11 Техничка решења (M80)

Наведите податке о техничким решењима реализованих у складу са Правилником министарства (M81 – M87), а посебно наводити и техничка решења у складу са Правилником о избору у звања наставника Универзитета Метрополитан.

1. /

2.7.12 Патенти (M90)

Наведите податке о вашим патентима у складу са категоријама Правилника министарства (M91 – M99).

1. /

2.7.13 Изведена дела, награде, студије, изложбе итд (M100)

Наведите референце и њихову категорију у складу са Правилником министарства (M101 – M107).

1. /

2.7.14 Друштвене науке: креирања и анализа ефеката јавних политика (M120)

Уколико конкуришете за наставника у области која се налази у оквиру друштвено-хуманистичких (ДХ) наука, овде можете навести специфичне референце за ово поље са категоријама дефинисаним у складу са Правилником министарства (M121, M122, M123, M124)

1. /

2.7.15 Индекс компетентности

Дати преглед броја поена по категоријама према Правилнику о поступку и начину вредновања, и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача. Посебно дати преглед током целе каријере, а посебно, од последњег избора у звање наставника

2.7.15.1 Преглед поена по категоријама током целе каријере

/

2.7.15.2 Преглед поена по категоријама од последњег избора у звање

/

2.8 УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТИМА

Хронолошки наведите назив, период трајања, функција у пројекту, институција која је финансирала пројекат, програм у оквиру кога је пројекат реализован

1. /

2.9 ДРУШТВЕНО-АНГАЖОВАНИ РАД

Наведите функције, законске и подзаконске текстове и слично.

1. Председник жирија *Effie Awards Serbia* од 2022. а у периоду 2017-2021. члан организационог одбора овог такмичења.
2. Добитник *Mark Awards* специјалног признања за лични допринос развоју (маркетиншке) струке 2021. године.
3. Члан жирија финала светског такмичења у решавању студије случаја BBICС при Факултету организационих наука Универзитета у Београду од 2013-2019. године.

2.10 МОТИВ КОНКУРИСАЊА

Ово попуњава кандидат који до сада није био у радном односу на Универзитету Метрополитан. Укратко наведите Ваш мотив за конкурисање за место наставника на Универзитету Метрополитан, који су разлози за избор Универзитета Метрополитан, која су Ваша очекивања у раду на Универзитету Метрополитан, и наведите друге ставове ако желите.

Од самог почетка своје професионалне каријере, желела сам да након довољно година практичног искуства, пређем у просвету и бавим се преносом знања и развојем младих на академском нивоу. Након готово тридесет година рада, тај тренутак је дошао.

2013. године уписала сам докторске студије са циљем да стекнем услов да могу да се посветим академском раду и преносу својих дугогодишњих пословних искустава и стечених знања на младе и будуће пословне лидере у земљи. У току своје пословне каријере увек сам се врло радо одазивала на позиве образовних институција на сарадњу, предавања, ангажовање студената, желећи да дам свој допринос унапређењу општег нивоа стручности и оспособљености младих.

Поред свог основног менаџерског посла, увек сам велику пажњу и много времена посвећивала развоју људи, како свог тима, тако и шире организације у оквиру Кока-кола система. Редован фидбек који сам добијала је да то добро радим, да људи цене шта и како могу да науче од мене, како у смислу стручних знања, тако и у контексту личног развоја и напретка.

2021. године одлучила сам да напустим корпоративни свет и да се посветим едукацији. Уз професорку Ану Бован, део сам тима који отвара нову пословну школу. Преко Ане, али и Татјане Мамуле Николић (која ми је била први шеф, на првом послу у Марк-плану), имала сам прилике да се ближе упознам са радом на Метрополитан универзитету и да пожелим да постанем део предавачког тима Универзитета. Студијски програми су актуелни, иницијативе и догађаји занимљиви и релевантни, мисија и блиска сарадња са привредом су у складу са мојим вредностима. Потврда за квалитетан рад са студентима Универзитета Метрополитан су и искуства са студентима који су стекли ову диплому, а које сам имала прилике да интервјуишем, запошљавам или да са њима сарађујем.

Надам се да ће моје претходно професионално искуство и постигнути пословни резултати, академска знања и звања, као и лична посвећеност сталном личном развоју, учењу и унапређењу, бити занимљиви институцији као што је Универзитета Метрополитан и да ћу добити прилику да постанем део вашег тима.

2.11 ПРЕПОРУКЕ

Ово попуњава кандидат који до сада није био у радном односу на Универзитету Метрополитан. Није обавезно да ово попуните, али ако желите, можете навести реномиране стручњаке који могу о Вама да дају мишљење и препоруке (наведите име и презиме, функцију, организација запослења и контакт информације – е-мејл, контакт телефон, и др.).

1. др Татјана Мамула Николић, ванредни професор, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, tatjana.mamula@metropolitan.ac.rs
2. др Ана Бован, доцент, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, ana.bovan@metropolitan.ac.rs

3. др Весна Дамњановић, редовни професор, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, damnjanovic.vesna@fon.bg.ac.rs
4. др Зоран Богетић, редовни професор, Економски факултет, Универзитет у Београду, zoran.bogetic@ekof.bg.ac.rs
5. Душан Стојанкић, VP of Franchise Operations for South East Europe, The Coca-Cola Company, dstojankic@coca-cola.com

2.12 Објављивање научних радова

- Објављени радови по броју и категорији задовољавају минималне критеријуме дефинисане Правилником за звање које има наставник или за веће звање:

Наташа Ђурђевић

Објављени радови			
РБ	Категорија	Број бодова	-аутор/и (година), назив, издавач, ISBN/ISSN, DOI
1.	M22	5	Ђурђевић, N., Labus, A., Barać, D., Radenković, M., & Despotović-Zrakić, M. (2022). An Approach to Assessing Shopper Acceptance of Beacon Triggered Promotions in Smart Retail. Sustainability, 14(6), 3256, ISSN 2071-1050. https://doi.org/10.3390/su14063256
2.	M33	1	Labus, A., Despotovic Zrakić, M., Durdevic, N., & Bogdanovic, Z. (2016). Internet of things in marketing and retail. Proc. of the Intl. Conference on Advances in Information Processing and Communication Technology - IPCT 2016., 20-24. ISBN: 978-1-63248-099-6 https://doi.org/10.15224/978-1-63248-099-6-30
3.	M33	1	Ђурђевић N, (2016) Analysis and validation of success factors of mobile applications as E-marketing tactic, Symorg 2016, Vol.15, pp. 372-379, ISBN: 978-86-7680-326-2
4.	M33	1	Ђурђевић N, (2014) Using big data for customer loyalty in online business, Symorg 2014, Vol.14, pp. 477-484, ISBN: 978-86-7680-295-1
5.	M45	1,5	Аутор примера из праксе „МП панел тржишта Југославије“, у књизи проф. др Бранка Маричића „Понашање потрошача“, 4. измењено и допуњено издање, 1996. Савремена администрација.
6.	M63	0,5	Ђурђевић N, Bogdanović Z, (2015) Istraživanje usklađenosti LMS-a internacionalnih preduzeća sa potrebama nove generacije kadrova, YUINFO 2015 Zbornik radova, pp. 30-35, ISBN: 978-86-85525-15-5
7.	M63	0,5	Damnjanović V, Ђурђевић N, Čejović A, (2015), Upravljanje projektom shopper marketinga, YUPMA 2015 – Projektni menadžment u Srbiji-novi izazovi, Zlatibor, 12-13. jun 2015, pp. 97-102.
8.	M63	0,5	Ђурђевић N, Ličina B, Stojasavljević N, (2010) Strategija pozicioniranja brenda energetskog pića „Ultra Energy“ među studentskom populacijom na tržištu Srbije, SymOrg vol. 12, 2010, Zbornik radova, pp. 823-829.
9.	M63	0,5	Mamula T, Miletić N, (1995) Segmentacija tržišta - element strateškog upravljanja primenjena na tržištu Plazma kekisa, IV Međunarodni

simpozijumSymOrg 95, Zlatibor, 29.5.-1.6.1995.

10. „Интернет интелигентних уређаја у маркетингу и малопродаји“, М70 6
Факултет организационих наука Универзитета у Београду, 2022.

Укупно поена од последњег избора

Референце: Поена:

Укупно	Референце: 10	Поена: 17,5
--------	------------------	----------------

ДХ	Услови за избор у звање ДОЦЕНТА у ДХ пољу	да/не
	Обавезни услови из члана 10. Правилника о избору на УМ	
1	Просек оцена са претходних степена студија већи од 8 или три године педагошког искуства у ВШУ (само за први избор у звање доцента).	ДА
2	Објављен један рад из категорије М20 или три рада из категорије М51 из научне области за коју се бира.	ДА
3	Позитивна оцена приступног предавања у случају наставника који није радио на Универзитету Метрополитан или позитивна оцена Ректора из члана 4 за случај наставника који је у претходном изборном периоду био у радном односу на УМ или позитивна оцена анкете студената за случај кандидата са неинтегрисаног факултета.	ДА
4	Одлично оцењен наставни материјал на свим предметима које предаје, уколико је кандидат у претходном изборном периоду био у радном односу на УМ.	Кандидат није био у РО на УМ
5	Припрема студената за студентска такмичења, за кандидата који је у претходном изборном периоду био у радном односу на УМ.	Кандидат није био у РО на УМ
6	Знање енглеског језика- писани и говорни, на нивоу могућности држања предавања на енглеском језику.	ДА
	Обавезни посебни услови из члана 4. став 2 Правилника за избор наставника УМ	
7	Позитивна оцена ректора	
	Изборни посебни услови из члана 4. став 5 Правилника (мора да задовољи 2 од 3)	
8	Позитивна оцена декана	

3 МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕЊУ УСЛОВА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ КАНДИДАТА

Кандидаткиња др Наташа Ђурђевић је објавила рад М22 из области за коју се бира у звање. У последњих десет година објавила је 3 рада из М33 категорије, као и 3 рада из М63 категорије. Има десет референци и 17.5 поена.

Била је активна и као предавач у последњих десет година на многим факултетима примењујући своја знања из корпоративног сектора студентима основних и мастер студија: (Економски факултет Универзитета у Београду, повремена ангажовања у својству гостујућег предавача на смеру Трговинског менаџмента и Маркетинга од 2011.; Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, гостујући предавач код професорке Мамуле Николић, 2 часа на тему Design Thinking у оквиру предмета Маркетинг

менаџмент, 2021.; Факултет драмских уметности, Универзитет уметности, Специјалистичке студије ИАА „Реклама и медији“, водила предмет Међународни маркетинг као гостујући предавач, 2011-2013.; Факултет организационих наука Универзитета у Београду & Middlesex University, гостујуће предавање на предмету International Marketing Management and PR на тему Shopper Marketing strategy 2009.; Факултет организационих наука Универзитета у Београду, повремена ангажовања у својству гостујућег предавача на предмету маркетинга на редовним студијама 2002.; ФЕФА, Универзитет Метрополитан, гостујуће предавање на предмету маркетинга 2009.; Факултет за менаџмент FAM, гостујуће предавање на предмету маркетинга 2011.

У последњих десет година учествовала је као предавач на многим едукативним програмима, обукама било у компанији Кока-кола, било за потребе других организација, као и реализовала велики број радионица како на српском тако и на енглеском језику:

1. У периоду 2012-2019. одржала преко 30 дводневних програма обуке из области shopper marketinga, под називом „Leadership at the point of sales“ у оквиру Кока-кола компаније. Била одговорна адаптацију, развој и унапређење глобалног програма. Просечна оцена програма од стране полазника је била преко 4.8 (од 5). Програм је реализован у преко 10 земаља у Европи и Азији.
2. Припремала и реализовала програме обуке за учеснике једногодишњих програма праксе у оквиру Кока-кола компаније у периоду 2006-2012. Обука је обухватала теоријска знања из области маркетинга, као и низ практичних пројеката.
3. Активна као предавач на радионицама и програмима обуке младих професионалаца у области маркетинга које организује ИАА од 2011. године до сад.
4. Предавач у оквиру EDGE семинара „Маркетинг планирање – стратегије и тактике“ од 2007-2010.
5. Појединачна гостујућа предавања и радионице у области маркетинга на домаћим и међународним конференцијама и семинарима: SEEMAR, SEMPL, Brand Fair, Привредна комора Црне Горе, Kapital Skopje, AKIS, Marketing Summit и друге.

Кандидаткиња др Наташа Ђурђевић испуњава обавезне услове за избор наставника у звање доцента будући да има 1 рад из категорије М22 из научне области за коју се бира, као и позитивну оцену приступног предавања. Кандидаткиња је завршила основне студије са просечном оценом 9,22 и течно говори и пише на енглеском језику. Поред тога кандидаткиња је била изузетно друштвено активна у претходном периоду као председник жирија *Effie Awards Serbia* од 2022. а у периоду 2017-2021. члан организационог одбора овог такмичења. Кандидаткиња је добитник *Mark Awards* специјалног признања за лични допринос развоју (маркетиншке) струке 2021. године. У периоду 2013-2019. је била члан жирија финала светског такмичења у решавању студије случаја BBICC при Факултету организационих наука Универзитета у Београду. Била је члан српског огранка ИАА (IAA – International Advertising Association) од 2011., а председник удружења у периоду 2011-2013.

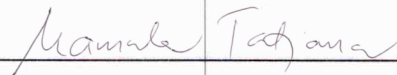
4 ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ НАСТАВНИКА

На основу претходне анализе резултата и референци, као и позитивне оцене добијене на приступном предавању одржаном 08.09.2022. године, кандидаткиње Наташе Ђурђевић комисија констатује да др Наташа Ђурђевић испуњава све услове за избор у звање доцента на Универзитету Метрополитан за ужу научну област Дигитални бизнис.

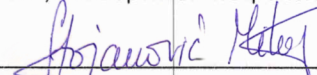
Полазећи од тога, слободни смо да предложимо Сенату Универзитета Метрополитан да изабере др Наташу Ђурђевић у звање доцента за ужу научну област Дигитални бизнис.

Датум:

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. 

Проф. др Татјана Мамула Николић, ванредни професор, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан

2. 

Доц. др Милош Стојановић, доцент, област: Менаџмент, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан

3. 

Проф. др Оливера Милутиновић, ванредни професор, област: Економско-финансијски менаџмент, Универзитет Унион-Никола Тесла