

Универзитет Метрополитан Београд**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 - 00493 од 08.12.2025. године
2. Број конкурса, датум и место објављивања конкурса
 - 1-1-12885 од 08.12.2025. године;
 - Сајт "Послови" Националне службе за запошљавање дана 09.12.2025. године
3. Број наставника који се бира, са назнаком редног броја радног места из конкурса, звања и назив уже научне области
 - Наставника за ужу научну област Маркетинг
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:
 - **Проф. др Милица Слијепчевић**, редовни професор, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан
 - **Доц. др Драгана Николић - Ристић**, доцент, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан
 - **Проф. др Диона Ђурђевић**, редовни професор, област: Маркетинг, Факултет пословне економије, Универзитет Едуконс
5. Пријављени кандидати:
 - Марија Златић
 - Владан Мадих
6. Одбацују се пријаве због неиспуњавања услова за избор по Закону о високом образовању следећих кандидата:
 - /

2 ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ – Марија Ш. Златић

2.1 БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

1. Име, име једног родитеља и презиме: **Марија Штефан Златић**
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):
 1. Ph.D. од 2012 год.
 2. Асистент у настави 2014. год.
 3. Предавач од 2015-2021. год.
3. Датум и место рођења, адреса: **20.05.1983., 11080 Београд- Земун, Др Недељка Ерцеговца 29м, Србија**
4. Садашње запослење, професионални статус, установа или предузеће:
SamePlace s.r.o, Праг. Консултант, samozaposlena
<https://sameplace.io>
5. Година уписа и завршетка основних студија: **2002-2006**
6. Студијска група, факултет, универзитет и успех на основним студијама:
Пословна економија и маркетинг, Факултет за европски бизнис и маркетинг, Универзитет у Београду.
Успех: 10
7. Година уписа и завршетка магистарских или мастер студија: **2006-2008**
8. Студијска група, факултет, универзитет и успех на магистарским или мастер студијама:
Међународни бизнис, Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг
Успех: 2 (1 је највећа оцена, еквивалент 10)
9. Наслов магистарске или масер тезе и година одбране тезе:
„Globalization of Supply Chain within Automotive Industry – Emphasis on Russian Market“, одбрана 2008
10. Наслов докторске дисертације (докторат је обавезан за наставнике):
„International Distribution as Communication Tool. What Builds Expereince and Value Creation in Luxury Retail Setting“
11. Факултет, универзитет и година одбране докторске дисертације:
Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Одбрана јун 2012 год.
12. Место и трајање специјализација и студијских боравака у иностранству:
Истраживачки студијски боравак: 6 месеци Париз, бизнис школа ESSEC 2011 год.
13. Знање светских језика – наводи: чита, пише, говори, са оценом одлично, врло добро, добро, задовољавајуће
Енглески и чешки: одличан: чита, пише, говори
Француски и италијански: задовољавајуће: чита, пише, говори
14. Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација):
Маркетинг луксузних брендова и услуга

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 - **Same Place s.r.o. консултант**
2. 2014-2021 **Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг.,**
3. 2012 – 2013 **Accelsiors CRO & Consultancy**, специјалиста за маркетинг комуникацију

2.3 ЧЛАНСТВО У СТРУЧНИМ И ПРОФЕСИОНАЛНИМ УДРУЖЕЊИМА

/

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. 2014 -2016. асистент, вежбе на предмету: „Маркетинг комуникација“, Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину
2. 2015 год., предавач, основала и предавала на енглеском предмет: „Маркетинг луксузних производа“, међународни студенти и CEMS програм, Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину
3. 2020 год. именована за гранта предмета: „Маркетинг луксузних производа“, Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину
4. 2014-2017, предавач на предмету: „Doing business in globalized environment“ са темом: „Doing business in the Western Balkans“. Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину

2.4.2 Учешће у настави у својству асистента

Навести године, научну област, факултет

1. 2014 -2016. асистент, вежбе на предмету: „Маркетинг комуникација“, Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину

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. **Предмет:** Маркетинг комуникација. Студијски програм: Међународни бизнис. Ниво: Мастер; Факултет за међународне односе, 2014-2016 год., Универзитет за економију и бизнис, Праг.
2. **Предмет:** Маркетинг луксузних производа. Студијски програм: Међународни бизнис. Ниво: Мастер; Факултет за међународне односе, 2015-2021. год., Универзитет за економију и бизнис, Праг.
3. **Предмет:** Doing business in globalized environment“ са темом: „Doing business in the Western Balkans“. Специјализација у оквиру студијског програма: Међународни бизнис. Факултет за међународне односе, Универзитет за економију и бизнис, Праг. Катедра за међународну трговину
4. Извођење наставе на универзитетима ван земље. Навести назив предмета, универзитет, временски период:
НА

2.4.4 Менторства

1. Број менторства на мастер студијама: **5-10**
2. Менторства на докторским дисертацијама: **0**
 - 2.1. (име и презиме докторанта, ужа научна област дисертације, факултет)

2.4.5 Учешће у комисијама за одбрану завршних радова

1. Број комисија на мастер академским студијама: **5 – 10**
2. Број комисија на докторским студијама: **NA**

2.4.6 Уџбеници

Хронолошки наведите: наслов, аутори, година издавања, издавач

1. „Luxury Marketing and Brand Стретерс: Theories and Practice in Changing World“, Kveta Olšanova, Gina Cook, Marija Zlatic, септембар 2025, Routledge, UK

2.4.7 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

/

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).

/

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. **(M21) OLŠANOVÁ, Květa; ESCOBAR RIOS, Andrea; COOK, Gina; KRÁL, Petr a ZLATIĆ, Marija. Impact of the awareness of brand-related CSR activities on purchase intention for luxury brands.** Social Responsibility Journal. 2021, ч. 17 May, s. 1-2. ISSN 1747-1117. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SRJ-10-2020-0398/full/html?skipTracking=true>
2. **(M23) OLŠANOVÁ, Květa; COOK, Gina; KRÁL, Petr; VILIKUS, Ondřej a ZLATIĆ, Marija. Exploration of Opportunities for Development of Domestic Luxury Brands in CEE: Case of the Czech Republic.** Central European Business Review. 2020, roč. 9, č. 4, s. 59-72. ISSN 1805-4862. <https://cebr.vse.cz/pdfs/cbr/2020/04/06.pdf>
3. **(M23) OLŠANOVÁ, Květa; COOK, Gina a ZLATIĆ, Marija. Influence of Luxury Companies' Corporate Social Responsibility Activities on Consumer Purchase Intention: Development of a Theoretical Framework.** Central European Business Review. 2018, roč. 7, č. 3, s. 1-25. ISSN 1805-4862. <https://cebr.vse.cz/pdfs/cbr/2018/03/01.pdf>
4. **(M24) LHOTÁKOVÁ, Markéta; KRÁL, Petr; SHAMINA, Yana a TISOVSKI, Marija. Analysis of Media Coverage of the Czech Republic and its Potential Impact on Perception of Czech Republic.** Acta Universitatis Bohemiae Meridionales : vědecký časopis pro ekonomiku řízení a obchod = Acta Universitatis Bohemiae Meridionales: scientific journal for economics, management and trade. 2012, roč. 15, č. 2, s. 41-54. ISSN 1212-3285.

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, M29c)

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. **(M30) KRÁL, Petr a TISOVSKI, Marija. Building "CEE-made luxury" Image - Case of Czech Republic.** E-Leader International Journal. 2012, roč. 7, č. 2, s. 1-12. ISSN 1935-4819. Dostupné z: <http://g-casa.com/conferences/zagreb/papers/Tisovski.pdf>
2. **(M30) KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; SHAMINA, Yana a TISOVSKI, Marija. Analysis of the Media Coverage concerning the Czech Republic.** E-Leader International Journal. 2010, roč. 5, č. 2, s. 1-13. ISSN 1935-4819. Dostupné z: <http://g-casa.com/conferences/budapest/papers/Kral.pdf>
3. **(M33) OLŠANOVÁ, Květa; ZLATIĆ, Marija. CSR Awareness amongst Luxury Customers. Development of the Theoretical Framework for Exploration of CSR Awareness, Impact on Purchase Intent and its Role on the Customer Journey of Luxury Customers.** In: ČERNÁ, Iveta (ed.). 18th International Joint Conference: Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment. Prague: Oeconomica Publishing House, 2018, s. 284-297. ISBN 978-80-245-2265-4. <https://ceeconference.vse.cz/wp-content/uploads/2018/05/proceedings2018.pdf>

4. **(M33)** TISOVSKI, Marija. **International Distribution through Flagship Stores. Place Matters: Flagships in Fashion Distribution Hierarchy.** In: Trendy v mezinárodním podnikání. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 378-388. ISBN 978-80-245-1404-8.
5. **(M33)** TISOVSKI, Marija. **Serbia and Challenges of Euro-Atlantic Relations.** In: KOVAČOVSKÁ, Lenka; JENÍČKOVÁ, Martina (ed.). Crucial Problems of International Relations through the Eyes of Young Scholars. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 477-485. ISBN 978-80-245-1695-0.
6. **(M33)** MACHKOVÁ, Hana; KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; TISOVSKI, Marija; SHAMINA, Yana. **Analysis of the current perception of the Czech Republic as country of origin.** In: ŠTĚBOVÁ, Ludmila; MARTIN, Claude (ed.). La crise mondiale et les perspectives de reprise dans l'Union Européenne. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 396-406. ISBN 978-80-245-1684-4.
7. **(M33)** KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; SHAMINA, Yana; TISOVSKI, Marija. **Analysis of the Media Coverage concerning the Czech Republic.** In: The Proceedings of E-Leader Budapest 2010. Budapest: CASA, 2010, s. 1-13. ISSN 1935-4800.
8. **(M33)** TISOVSKI, Marija. **Impact of Economic Crisis on Apparel Manufacturing in the Western Balkans.** In: TAUŠER, Josef; KRAJČÍK, Daniel (ed.). Česká republika a Slovensko v mezinárodním obchodě a podnikání. Vliv finanční krize na mezinárodní podnikání. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 344-349. ISBN 978-80-245-1583-0.
9. **(M33)** TISOVSKI, Marija. **International Distribution As Communication Tool. What Builds Experience and Value Perception in Luxury Retail Setting?** In: Trends in International Business. Lyon: Tout droit réservés, 2011, s. 241-252. ISBN 978-2-36442-005-2.
10. **(M33)** TISOVSKI, Marija. **The Impact of the Crisis on Luxury Products.** In: Günter, HOFBAUER. Challenges, Research and Perspectives. Herausforderungen, Forschung und Perspektiven. Berlin: Herstellung: SDL - Digitaler Buchdruck, 2013, s. 219-226. ISBN 978-3-944072-20-3.
11. **(M34)** ESCOBAR RIOS, Andrea; ZLATIČ, Marija. **Identifying New Components of Post COVID-19 Luxury Brand Equity.** In: HLAVATÝ, Ivan (ed.). 21st International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment : Book of Abstracts. Praha, Bratislava: Vydavatelství EKONÓM, 2021, s. 33. ISBN 978-80-225-4817-5. Dostupné z: <https://ceeconference.vse.cz/wp-content/uploads/abstracts2021.pdf>
12. **(M34)** OLŠANOVÁ, Květa; VILIKUS, Ondřej; KRÁL, Petr; COOK, Gina; ZLATIČ, Marija. **Opportunities for Development of Local Luxury Brands in the Czech Republic.** In: YULDASHEVA, Oksana; SOLOVJOVA, Julia (ed.). 10th EMAC Regional Conference. Innovations in Marketing Models and Customer Experience Management: Emerging Markets Perspectives. St. Petersburg: St. Petersburg State University, 2019, s. 53.

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. **(M53)** KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; TISOVSKI, Marija a SHAMINA, Yana. **Analýza mediálního obrazu České republiky ve vybraných zahraničních médiích v letech 2010 a 2011.** Acta oeconomica Pragensia : vědecký sborník Vysoké školy ekonomické v Praze. 2012, roč. 20, č. 5, s. 36-47. ISSN 0572-3043.

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. /

2.7.10 Одбрањена докторска дисертација кандидата (M70)

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

Назив: „International Distribution as Communication Tool. What Builds Experience and Value Creation in Luxury Retail Setting?“

Област: маркетинг, искуствени маркетинг и маркетинг луксузних производа

Факултет: Факултет за међународне односе

Универзитет: Универзитет за економију и бизнис, Праг

Ментор: prof. Ing. Hana Machkova, CSc.

Год: 2012

2.7.11 Техничка решења (М80)

Наведите податке о техничким решењима реализованих у складу са Правилником министарства (М81 – М87), а посебно наводити и техничка решења у складу са Правилником о избору у звања наставника Универзитета Метрополитан.

1. /

2.7.12 Патенти (М90)

Наведите податке о вашим патентима у складу са категоријама Правилника министарства (М91 – М99).

1. /

2.7.13 Изведена дела, награде, студије, изложбе итд (М100)

Наведите референце и њихову категорију у складу са Правилником министарства (М101 – М107).

1. /

2.7.14 Друштвене науке: креирања и анализа ефеката јавних политика (М120)

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 (М121, М122, М123, М124)

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. /

2.10 МОТИВ КОНКУРИСАЊА

Конкуришем за место наставника на Универзитету Метрополитан из жеље да своје искуство у настави и маркетингу, као и међународно образовање (мастер и докторат у Прагу), ставим у службу савременог и применљивог високог образовања. Метрополитан ме привукао иновативним приступом, дигиталном

оријентацијом и подстицајем креативности и предузетништва. Очекујем професионално окружење у ком могу допринети развоју студената и програмâ, кроз спој академског и практичног знања у области комуникација, брендирања и маркетинга.

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. Kveta Olšanová: доцент, kveta.olsanova@vse.cz, Универзитет за економију и бизнис, Праг
2. Gina Cook: професор, College of Business at Metropolitan State University of Denver in Colorado, USA

2.12 Објављивање научних радова

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

Марија Ш. Златић			
Ред. бр.	ОБЈАВЉЕНИ РАДОВИ аутор/и (година), назив, издавач, ISBN/ISSN, DOI	Категорија	Бр. бодова
1.	OLŠANOVÁ, Květa; ESCOBAR RIOS, Andrea; COOK, Gina; KRÁL, Petr a ZLATIĆ, Marija . Impact of the awareness of brand-related CSR activities on purchase intention for luxury brands. <i>Social Responsibility Journal</i> . 2021, č. 17 May, s. 1-2. ISSN 1747-1117. Напомена: У 2021. години према JCI просеку у WoS-у часопис има категорију M22, као и у Scimago (SJR) бази.	M21 M22	7,1 4,3
2.	OLŠANOVÁ, Květa; COOK, Gina; KRÁL, Petr; VILIKUS, Ondřej a ZLATIĆ, Marija . Exploration of Opportunities for Development of Domestic Luxury Brands in CEE: Case of the Czech Republic. <i>Central European Business Review</i> . 2020, roč. 9, č. 4, s. 59-72. ISSN 1805-4862.	M23	3,6
3.	OLŠANOVÁ, Květa; COOK, Gina a ZLATIĆ, Marija . Influence of Luxury Companies' Corporate Social Responsibility Activities on Consumer Purchase Intention: Development of a Theoretical Framework. <i>Central European Business Review</i> . 2018, roč. 7, č. 3, s. 1-25. ISSN 1805-4862.	M23	5
4.	OLŠANOVÁ, Květa; ZLATIĆ, Marija . CSR Awareness amongst Luxury Customers. Development of the Theoretical Framework for Exploration of CSR Awareness, Impact on Purchase Intent and its Role on the Customer Journey of Luxury Customers. In: ČERNÁ, Iveta (ed.). 18th International Joint Conference: Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment. Prague: Oeconomica Publishing House, 2018, s. 284-297. ISBN 978-80-245-2265-4.	M33	1
5.	TISOVSKI, Marija . The Impact of the Crisis on Luxury Products. In: Günter, HOFBAUER. Challenges, Research and Perspectives. Herausforderungen, Forschung und Perspektiven. Berlin: Herstellung: SDL - Digitaler Buchdruck, 2013, s. 219-226. ISBN 978-3-944072-20-3.	M33	1
6.	KRÁL, Petr a TISOVSKI, Marija . Building "CEE-made luxury" Image - Case of Czech Republic. <i>E-Leader International Journal</i> . 2012, roč. 7, č. 2, s. 1-12. ISSN 1935-4819. Dostupné z: http://g-casa.com/conferences/zagreb/papers/Tisovski.pdf	M30 M33	1
7.	TISOVSKI, Marija . International Distribution As Communication Tool. What Builds Experience and Value Perception in Luxury Retail Setting? In: Trends in International Business. Lyon: Tout droit réservés, 2011, s. 241-252. ISBN 978-2-36442-005-2.	M33	1
8.	KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; SHAMINA, Yana a TISOVSKI, Marija . Analysis of the Media Coverage concerning the Czech Republic. <i>E-Leader International Journal</i> . 2010, roč. 5, č. 2, s. 1-13. ISSN 1935-4819. Dostupné z: http://g-casa.com/conferences/budapest/papers/Kral.pdf	M30 M33	0,8

9.	TISOVSKI, Marija. International Distribution through Flagship Stores. Place Matters: Flagships in Fashion Distribution Hierarchy. In: Trendy v mezinárodním podnikání. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 378-388. ISBN 978-80-245-1404-8.	M33	1
10.	TISOVSKI, Marija. Serbia and Challenges of Euro-Atlantic Relations. In: KOVAČOVSKÁ, Lenka; JENÍČKOVÁ, Martina (ed.). Crucial Problems of International Relations through the Eyes of Young Scholars. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 477-485. ISBN 978-80-245-1695-0.	M33	1
11.	MACHKOVÁ, Hana; KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; TISOVSKI, Marija ; SHAMINA, Yana. Analysis of the current perception of the Czech Republic as country of origin. In: ŠTĚRBOVÁ, Ludmila; MARTIN, Claude (ed.). La crise mondiale et les perspectives de reprise dans l'Union Européenne. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 396-406. ISBN 978-80-245-1684-4.	M33	0,7
12.	KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; SHAMINA, Yana; TISOVSKI, Marija. Analysis of the Media Coverage concerning the Czech Republic. In: The Proceedings of E-Leader Budapest 2010. Budapest: CASA, 2010, s. 1-13. ISSN 1935-4800.	M33	0,8
13.	TISOVSKI, Marija. Impact of Economic Crisis on Apparel Manufacturing in the Western Balkans. In: TAUSER, Josef; KRAJČÍK, Daniel (ed.). Česká republika a Slovensko v mezinárodním obchodě a podnikání. Vliv finanční krize na mezinárodní podnikání. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010, s. 344-349. ISBN 978-80-245-1583-0.	M33	1
14.	ESCOBAR RIOS, Andrea; ZLATIČ, Marija. Identifying New Components of Post COVID-19 Luxury Brand Equity. In: HLAVATÝ, Ivan (ed.). 21st International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment : Book of Abstracts. Praha, Bratislava: Vydavatelstvo EKONÓM, 2021, s. 33. ISBN 978-80-225-4817-5.	M34	0,5
15.	OLŠANOVA, Květa; VILIKUS, Ondřej; KRÁL, Petr; COOK, Gina; ZLATIČ, Marija. Opportunities for Development of Local Luxury Brands in the Czech Republic. In: YULDASHEVA, Oksana; SOLOVJOVA, Julia (ed.). 10th EMAC Regional Conference. Innovations in Marketing Models and Customer Experience Management: Emerging Markets Perspectives. St. Petersburg: St. Petersburg State University, 2019, s. 53.	M34	0,4
16.	KRÁL, Petr; LHOTÁKOVÁ, Markéta; TISOVSKI, Marija a SHAMINA, Yana. Analýza mediálního obrazu České republiky ve vybraných zahraničních médiích v letech 2010 a 2011. <i>Acta oeconomica Pragensia : vědecký sborník Vysoké školy ekonomické v Praze</i> . 2012, roč. 20, č. 5, s. 36-47. ISSN 0572-3043.	M53	0,8
17.	LHOTÁKOVÁ, Markéta; KRÁL, Petr; SHAMINA, Yana a TISOVSKI, Marija. Analysis of Media Coverage of the Czech Republic and its Potential Impact on Perception of Czech Republic. <i>Acta Universitatis Bohemiae Meridionales : vědecký časopis pro ekonomiku řízení a obchod = Acta Universitatis Bohemiae Meridionales: scientific journal for economics, management and trade</i> . 2012, roč. 15, č. 2, s. 41-54. ISSN 1212-3285. Напомена: Часопис се не налази у референтним базама, те му се као часопису иностраног издавача према „Правилнику о категоризацији и рангирању научних часописа“ додељује категорија M53.	M24 M53	2,5 0,8
18.	Marija Tisovski, International Distribution as Communication Tool. What Builds Experience and Value Creation in Luxury Retail Setting? ; Oblast marketing, iskustveni marketing i marketing luksuznih proizvoda; Fakultet za međunarodne odnose; Univerzitet za ekonomiju i biznis, Prag; mentor prof. Ing. Hana Machkova, CSc.; 2012. (одбрањена докторска дисертација)	M70	6
19.	Kveta Olšanova, Gina Cook, Marija Zlatic , <i>Luxury Marketing and Brand Strategy: Theories and Practice in Changing World</i> , септембар 2025, Routledge, UK. ISBN 9781032973951	Уџбеник	
Укупно поена од последњег избора		Референце:	Поена:
Укупно		Референце: 19	Поена: 30,7

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.	
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	Енглески језик - 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.	
ДХ	Услови за избор ВАНРЕДНОГ ПРОФЕСОРА у ДХ пољу	да/не
	Обавезни услови из члана 10. Правилника (за период од последњег избора)	
1	Објављен један рад у часопису из категорије М21, М22 или М23, или два рада из категорије М24, или пет радова из категорије М51 од избора у претходно звање из научне области за коју се бира.	ДА
2	Искуство у педагошком раду са студентима, односно, позитивна оцена приступног предавања 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.	
3	Одобрен универзитетски уџбеник за предмет из студијског програма факултета, односно универзитета, или научна монографија (са ISBN бројем) из научне области за коју се бира, у периоду од избора у претходно звање.	ДА
4	Учешће у припреми најмање два пријављена предлога пројекта.	Кандидат није био у РО на УМ
5	Учешће у најмање једном научно-истраживачком или образовном пројекту.	
6	Настава на најмање једном предмету на мастер студијама и на једном предмету на докторским студијама од последњег избора у звање (под условом да постоји МАС и ДС из области у којој се наставник бира).	ДА (на мастер студијама)
7	Учешће у комисији за одбрану најмање три завршна рада на мастер академским студијама или једно менторство на завршном раду мастер студија (у случају да ниједан студијски програм мастер студија Универзитета није из шире и уже области за коју се наставник бира, неће се тражити, као минимални, услов менторства на завршном раду мастер студија).	ДА
8	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
9	Енглески језик - 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	
10	Позитивна оцена ректора.	
	Изборни посебни услови из члана 4. став 5 Правилника (мора да задовољи 2 од 3)	

11	Позитивна оцена декана.	
----	-------------------------	--

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ

Предлога за избор у наставно звање у ДХ пољу

Кандидат: др Марија Ш. Златић

Марија Ш. Златић докторирала је 2012. године на Факултету за међународне односе Универзитета за економију и бизнис у Прагу из области маркетинга, искуственог маркетинга и маркетинга луксузних производа са темом „International Distribution as Communication Tool. What Builds Experience and Value Creation in Luxury Retail Setting?“

Професионалну каријеру започела је као специјалиста за маркетинг комуникацију у Accelsiors CRO & Consultancy (2012–2013), а наставила је као асистент (2014–2016) и као предавач (2015–2021) на Катедри за међународну трговину Факултета за међународне односе Универзитета за економију и бизнис у Прагу. Од 2021. године самозапослена је као консултант у Same Place s.r.o. са седиштем у Прагу.

Марија Ш. Златић до сада је објавила један уџбеник (2025. године) и седамнаест научних и стручних радова. То су: три рада у међународним часописима категорије М20 (М22, М23, М23), два рада у националним часописима категорије М50 (М53, М53), десет саопштења са међународних научних скупова (М33) и два апстракта са међународних научних скупова (М34).

Иако се за први избор у наставно звање рачунају сви објављени радови кандидата, ради потпуније слике овде дајемо и преглед радова у последњих пет година. У том периоду (2021–2025) Марија Ш. Златић објавила је један уџбеник и два рада: један рад категорије М20 (М22) и један апстракт са међународног научног скупа (М34).

Будући да је за избор у звање доцента у ДХ пољу потребан један рад категорије М21, М22 или М23, Марија Ш. Златић испуњава задати услов са своја три објављена рада категорије М20. Кандидаткиња има више од три године педагошког искуства у високошколским установама, као и просек са претходних степена студија већи од 8, чиме испуњава и други услов. Заједно са одличним знањем енглеског језика, Марија Ш. Златић испуњава све задате услове за избор у звање доцента у ДХ пољу.

Поред тога, кандидаткиња испуњава и додатне услове за избор у ванредног професора, као што су: објављен уџбеник, настава на најмање једном предмету на мастер студијама, учешће у комисији за одбрану најмање три завршна рада на мастер студијама и једно менторство на завршном раду мастер студија. С друге стране, Марија Ш. Златић није учествовала у најмање једном научно-истраживачком или образовном пројекту, што је један од услова за избор у звање ванредног професора. Будући да у „Минималним условима за избор у звања наставника на универзитету“ тај услов гласи: „Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту“¹, остаје на комисији да на основу биографије кандидаткиње размотри испуњење овог услова за избор у ванредног професора.

Ана Рочкомановић

Библиотекар и аналитичар

Метрополитан универзитет Београд

¹ <https://pravno-informacioni-sistem.rs/eli/rep/sgrs/drugidrzavniorganiorganizacije/ostalo/2015/101/1/reg>
Образац К1 – 2025

3 ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ – Владан В. Мадих

3.1 БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

1. Име, име једног родитеља и презиме: **Владан (Велимир) Мадих**
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):
 1. **Доцент др Владан Мадих, 5. новембар 2015. Универзитет Метрополитан у Београду, Факултет за менаџмент, модул Бизнис и маркетинг**
 2. **Доцент др Владан Мадих, 11. фебруар 2021. Универзитет Метрополитан у Београду, Факултет за менаџмент, модул Бизнис и маркетинг**
3. Датум и место рођења, адреса: **5. август 1970., Смедеревска Паланка**
4. Садашње запослење, професионални статус, установа или предузеће: **Доцент, Универзитет Метрополитан у Београду, Факултет за менаџмент, модул Дигитални бизнис и маркетинг**
5. Година уписа и завршетка основних студија:
1989-1995 (одслужен војни рок 1989-1990), фебруар 1995.
6. Студијска група, факултет, универзитет и успех на основним студијама:
Маркетинг, Економски факултет Београд, Универзитет у Београду, 8,68
7. Година уписа и завршетка магистарских или мастер студија: **1995-2002, децембар 2002.**
8. Студијска група, факултет, универзитет и успех на магистарским или мастер студијама:
Магистарске студије, Маркетинг, Економски факултет Београд, Универзитет у Београду, 8,62
9. Наслов магистарске или мастер тезе и година одбране тезе:
Правци развоја аутомобилске индустрије у периоду глобализације тржишта, децембар 2002.
10. Наслов докторске дисертације (докторат је обавезан за наставнике):
Унапређивање конкурентности предузећа ауто индустрије у условима глобалне рационализације пословања
11. Факултет, универзитет и година одбране докторске дисертације:
Економски факултет, Крагујевац, Универзитет у Крагујевцу, 2014.
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 језик: чита, пише и говори врло добро
14. Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација):
Међународни маркетинг, међународно пословање и менаџмент са фокусом на конкурентност у глобалној ауто индустрији

3.2 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. **2016-данас, Факултет за менаџмент, модул Бизнис и маркетинг, Универзитет Метрополитан у Београду, доцент**
2. **2004-2016, Знам Цо д.о.о., Београд, менаџер продаје**
3. **2003-2004, АД Имлек, Падинска Скепа, организатор продаје и вођа тима за дистрибуцију за имплементацију ЕРП софтвера JD Edward's**
4. **2001-2003, Холдинг компанија Петар Драпшин Младеновац, руководилац маркетинг службе**

5. 1997-2001, Холдинг компанија Петар Драпшин Младеновац, директор продаје
6. 1995-1997, Холдинг компанија Петар Драпшин Младеновац, управник оперативне припреме производње

3.3 ЧЛАНСТВО У СТРУЧНИМ И ПРОФЕСИОНАЛНИМ УДРУЖЕЊИМА

Редован члан СЕМА – Српско удружење за маркетинг

3.4 ДОСАДАШЊИ НАСТАВНИ РАД

3.4.1 Педагошко наставничко искуство

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

1. 2016, доцент, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан у Београду, модул Бизнис и маркетинг

3.4.2 Учешће у настави у својству асистента

Навести године, научну област, факултет

1. Од 2016. до 2023. држао је вежбе на ОАС, Факултет за менаџмент, модул Бизнис и маркетинг, Универзитета Метрополитан из предмета Принципи маркетинга и од 2017. до 2021. из предмета Маркетинг менаџмент.

3.4.3 Предмети

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

1. Принципи маркетинга, Бизнис и маркетинг, Дигитални бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2016-2025, Универзитет Метрополитан у Београду
2. Маркетинг менаџмент, Бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2016-2020, Универзитет Метрополитан у Београду
3. Маркетинг менаџмент – напредни ниво, Маркетинг менаџмент, мастер студије, Факултет за менаџмент, 2016-2020, Универзитет Метрополитан у Београду
4. Маркетинг планирање, Бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2016-2019, Универзитет Метрополитан у Београду
5. Маркетинг истраживања, Бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2017-2020, Универзитет Метрополитан у Београду
6. Пројекат маркетинг кампање, Бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2017-2025, Универзитет Метрополитан у Београду
7. Стратегија маркетинга, Бизнис и маркетинг, основне академске студије, Факултет за менаџмент, 2019-2025, Универзитет Метрополитан у Београду

3.4.4 Извођење наставе на универзитетима ван земље

Навести назив предмета, универзитет, временски период:

1. /

3.4.5 Менторства

1. Број менторства на мастер студијама: 5 (Анђела Ристић 3859, Катарина Ћирић 3623, Нина Панић 3877, Растко Растовић 3214, Анђела Јеринић 4251)
2. Менторства на докторским дисертацијама
 - 2.1. (име и презиме докторанта, ужа научна област дисертације, факултет)
 - 2.2.

3.4.6 Учешће у комисијама за одбрану завршних радова

1. Број комисија на мастер академским студијама: **9 (Милена Гоцић 3197, Светлана Максимовић 3553, Милена Бркић 4250, Весна Павловић 5151, Тијана Станковић 5160, Светлана Краљ 4959, Наталија Миливојевић 4721, Ирина Дукић 4904, Дарко Костић 5304,)**
2. Број комисија на докторским студијама: **/**

3.4.7 Уџбеници

Хронолошки наведите: наслов, аутори, година издавања, издавач

1. **/**

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

Хронолошки наведите: наслов, аутор, година издавања, издавач

Аутор електронских наставних материјала из следећих предмета:

1. МК100 – Принципи маркетинга (ОАС), Владан Мадих, 2023, ФАМ, Универзитет Метрополитан
2. МК201 – Принципи маркетинга (ОАС), Владан Мадих, 2025, ФАМ, Универзитет Метрополитан
3. МК440 - Маркетинг планирање (ОАС), Владан Мадих, 2018, ФАМ, Универзитет Метрополитан
4. МК340 - Маркетинг менаџмент (ОАС), Владан Мадих, 2019, ФАМ, Универзитет Метрополитан
5. МК210 - Маркетинг истраживања (ОАС), Владан Мадих и Стефан Алимпић, 2019, ФАМ, Универзитет Метрополитан
6. МК335 - Стратегија маркетинга (ОАС), Владан Мадих, 2019, ФАМ, Универзитет Метрополитан
7. МК410 - Маркетинг менаџмент – напредни ниво (МАС), Владан Мадих, 2019, ФАМ, Универзитет Метрополитан
8. МК355 – Принципи малопродаје (ОАС), Владан Мадих и Ивана Божић Миљковић, 2023, ФАМ, Универзитет Метрополитан
9. МК400 – Управљање малопродајом (ОАС), Владан Мадих и Срђан Милићевић, 2023, ФАМ, Универзитет Метрополитан

3.5 НАГРАДЕ И ПРИЗНАЊА УНИВЕРЗИТЕТА, ПЕДАГОШКИХ И НАУЧНИХ АСОЦИЈАЦИЈА

3.6 ОСТАЛО

- Рецензент књиге “Маркетинг комуницирање”, аутори Соња Милојевић, Анђела Микић из 2019. године, ISBN: 978-86-7169-528-4
- Рецензент књиге “Маркетинг у туризму”, аутори Соња Милојевић, Анђела Микић, Академија пословних струковних студија, Београд, 2019.
- Рецензент књиге “Интегрисане маркетиншке комуникације”, аутори Соња Милојевић, Анђела Микић, Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Београд, 2022., ISBN 978-86-7169-625-8
- Рецензент књиге “Понашање потрошача”, аутори Соња Милојевић-Самарџић, Анђела Микић, Београд, 2025.
- Учесник на конференцији Факултета за менаџмент: “Неуромаркетинг 2017” у Нишу са презентацијом “Неуромаркетинг у ауто индустрији”, 2017, Универзитет Метрополитан
- Учесник на конференцији Факултета за менаџмент, Универзитет Метрополитан, ICSD Conference 2017 са коауторским радом под насловом “Car clinic as a neuromarketing research facility”, 2017
- Учесник на обуци студената на такмичењу “Најбоља студентска идеја”, 2018
- Члан комисије на такмичењу “Метрополитан таленти” у 2018-2021. години
- Аутор електронског курса за средњошколце “КМ100 – Увод у маркетинг”, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, Београд, 2020
- Met Talks Каријера – Организација гостујућих предавања из предмета МК201 Принципи маркетинга и МК455 Пројекат маркетинг кампање, 2022-2024
- Члан жирија на такмичењу средњошколаца, “Пословни изазов” и “Достигнућа младих у Србији”, хотел Putnik Inn, Београд, 2021., 2024. и 2025.

- Члан тима за израду корпуса знања, ФАМ
- Члан Комисије за утврђивање испуњености услова за упис студената са других високошколских установа на студијске програме Метрополитан универзитета Београд, ФАМ, 2025.
- Члан Комисије за израду упутстава и правилника за завршне радове, ФАМ, 2025.
- Председник Комисије за квалитет, 2023. и учешће у поступку самовредновања и акредитације у 2025., ФАМ
- Посвећеност истраживању глобалне ауто индустрије ван радног ангажовања.
- Посвећеност истраживању еволуције маркетинга од традиционалног до дигиталног.

3.7 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 избора у звање, а посебно у периоду од последњег избора у звање.

3.7.1 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. /

3.7.2 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. /

3.7.3 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. /

3.7.4 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).

а. До последњег избора

1. Мадих Владан, Марковић Душан, Ракита Бранко (2015). "Конкурентско репозиционирање кроз међународна преузимања у ауто индустрији – пример Fiat-Chrysler", Тематски зборник радова Економска Политика и Развој, Универзитет у Београду, Економски факултет, стр. 267-292, ISBN 978-86-403-1481-7, COBISS.SR-ID 221451532 (M44)

3.7.5 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)

А. До последњег избора

1. Rakita Branko, Vladan Madić, Dušan Marković (2017). "Competitive strategies of late followers in auto industry: case study Hyundai-Kia", *Industrija*, Vol. 45, No. 1, 2017, pg. 121-146, DOI: 10.5937/industrija45-11848 (M24)
2. Madić Vladan, Marković Dušan, Mijušković Veljko (2021). "Competitive strategies in premium automotive segment", *časopis za društvene nauke, "Teme"*, Vol. XLV, No 2, pg. 639-659, Univerzitet u Nišu, ISSN 0353-7919, DOI: <https://doi.org/10.22190/TEME200528037M> (M23)

Б. Од последњег избора

1. Stefan Alimpić, Milica Slijepčević, Vladan Madić (2025). The impact of sales promotion methods on customer-based brand equity. *EMC Review, Economy and Market Communication Review*, Vol. 15, no. 1, pp. 68-86. ISSN 2232-8823 <https://doi.org/10.7251/EMC2501068A> (M23)

3.7.6 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, M286), и уређивање научног часописа, тематске монографије (M29a, M296, M29в)

1. /

3.7.7 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)

А. До последњег избора

1. Madić Vladan (2012). "Automotive Supplier System", *International Congress of Automotive Industry, Sustainable Development of Automotive Industry, October 3rd-5th 2012, Kragujevac, Faculty of Mechanical Engineering, Serbia, Paper work number MVM 2012-067* (M33)

3.7.8 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)

А. До последњег избора

1. Мадих Владан (2011). "Промене у окружењу и кључни изазови глобалне ауто индустрије у посткризном периоду", *Економски хоризонти*, број 1/2011, YU ISSN 1450-863 X, Крагујевац, Универзитет у Крагујевцу, Економски факултет, стр. 83-103 (M52)

Б. Од последњег избора

1. Марковић Душан, Мадих Владан (2021). "Промене премијум сегмента на глобалном ауто тржишту", *часопис за маркетинг теорију и праксу "Маркетинг"*, Вол. 52/4, стр. 236-246, ISSN 0354-3471, ЦОБИСС.СР-ИД 749828 (M51)
2. Мадих Владан, Слипчевић Милица, Вученовић Тамара, Алимпић Стефан (2024). Еволуција маркетинг концепције од 1.0 до 5.0. *Маркетинг*, Vol 55/1, str. 52-66, ISSN 0354-3471, (M51)
3. Слипчевић Милица, Алимпић Стефан, Мадих Владан (2024). Запослени као тржишни сегмент и бренд амбасадори друштва за осигурање. *Токови Осигурања*, 2/2024, str. 391-403, ISSN 1451 – 3757, DOI: 10.5937/TokOsig2402391S (M51)
4. Стојановић Милош, Милојић Станојевић Марија, Мадих Владан (2024). Вештачка интелигенција у маркетингу: Иновације које обликују будућност индустрије. *Култура*, бр. 184, ISSN 0023-5164, DOI 10.5937/kultura2484125S (M51)

3.7.9 Радови и предавања по позиву у зборницима скупова националног значаја (М60)

За сваку референцу, поред свих релевантних података, навести (у загради и болдирано) категорију научног рада (М61, М62, М63, М64, М65, М66, М67, М68, М69).

А. До последњег избора

1. **Milica Mladenović, Vladan Madić (2017), "Car clinic as a neuromarketing research facility", ICSD Conference 2017, Faculty of Management, University Metropolitan Belgrade (М63)**

3.7.10 Одбрањена докторска дисертација кандидата (М70)

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

Унапређивање конкурентности предузећа ауто индустрије у условима глобалне рационализације пословања, Међународно пословање и међународни маркетинг, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, проф. др Бранко Ракита, 2014.

3.7.11 Техничка решења (М80)

Наведите податке о техничким решењима реализованих у складу са Правилником министарства (М81 – М87), а посебно наводити и техничка решења у складу са Правилником о избору у звања наставника Универзитета Метрополитан.

1. /

3.7.12 Патенти (М90)

Наведите податке о вашим патентима у складу са категоријама Правилника министарства (М91 – М99).

1. /

3.7.13 Изведена дела, награде, студије, изложбе итд (М100)

Наведите референце и њихову категорију у складу са Правилником министарства (М101 – М107).

1. /

3.7.14 Друштвене науке: креирања и анализа ефеката јавних политика (М120)

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 (М121, М122, М123, М124)

1. /

3.7.15 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

3.7.15.1 Преглед поена по категоријама током целе каријере

Кандидат	Индекс компетентности целе каријере	Индекс компетентности од последњег избора у звање
Владан Мадих	35	16

Ознака групе резултата	Вредност резултата	Број	Укупно
M23	4	2	8
M24	4	1	4
M33	1	1	1
M44	2	1	2
M51	3	4	12
M52	1,5	1	1,5
M63	0,5	1	0,5
M70	6	1	6

Што даје укупно 35 бодова

3.7.15.2 Преглед поена по категоријама од последњег избора у звање

Ознака групе резултата	Вредност резултата	Број	Укупно
M23	4	1	4
M51	3	4	12

Што даје 16 бодова

Кандидат	Индекс компетентности целе каријере	Индекс компетентности од последњег избора у звање
Владан Мадих	35	16

3.8 УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТИМА

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

1. Члан тима за поднети предлог пројекта Факултета за менаџмент под називом "Дигитализација као покретач одрживог паметног туризма: иновативне стратегије за промоцију и управљање дестинацијама", 2025. година.

3.9 ДРУШТВЕНО-АНГАЖОВАНИ РАД

Наведите функције, законске и подзаконске текстове и слично.

1. /

3.10 МОТИВ КОНКУРИСАЊА

/

3.11 ПРЕПОРУКЕ

/

3.12 ОСТВАРЕНИ РЕЗУЛТАТИ НАСТАВНИКА У СКЛАДУ СА ЧЛАНОМ 4

Ово попуњава кандидат који је до сада био у радном односу на Универзитету Метрополитан и изабран је у звање наставника на интегрисаном делу Универзитета Метрополитан, како би обезбедио релевантне информације за оцену његовог осталог рада од стране декана и ректора, а који није обухваћен претходним деловима пријаве, а у складу са чланом 4. Правилника о избору наставника Универзитета Метрополитан. Кандидат треба да унесе тражене информације у продужетку наведених критеријума, за које има остварене резултате у претходних пет година, тј. у претходном изборном периоду.

3.12.1 Прва мисија универзитета: Наставни рад

3.12.1.1 Припрема наставе и наставних материјала

- припремљени квалитетни наставни материјали у складу са дефинисаним нормативима и захтевима са оценом Комисије за оцену квалитета наставних материјала - врло добар – оцена 4,0 и више:

Наставни материјали наведени у тачки 2.4.8. су урађени према дефинисаним нормативима и захтевима и оцењени су високим оценама рецензента и Комисије за оцену квалитета наставних материјала.

Оцена квалитета наставног материјала:

Akadska godina:
2020/2021

Predmet	Ocena nastavnog materijala			Period dostavljanja nastavnog materijala	Ocena NM studenata
	recenzenti	dekan	rektor	Zahtevani rok: 30 dana pre početka semestra	
MK100	0	0	0		4.85
MK410	0	0	0		5.00
MK455	0	0	0		4.71
MK335	0	0	0		

Akadska godina:
2021/2022

Predmet	Ocena nastavnog materijala			Period dostavljanja nastavnog materijala	Ocena NM studenata
	recenzenti	dekan	rektor	Zahtevani rok: 30 dana pre početka semestra	
MK100	0	0	0		4.70
MK210	0	0	0		4.61
MK410	0	0	0		4.40
MK455	0	0	0		4.50
MK335	0	0	0		4.66

Akadska godina:
2022/2023

Predmet	Ocena nastavnog materijala			Period dostavljanja nastavnog materijala	Ocena NM studenata
	recenzenti	dekan	rektor	Zahtevani rok: 30 dana pre početka semestra	
MK100	0	0	0		5.00
MK210	0	0	0		4.78
MK410	0	0	0		4.67
MK455	0	0	0		4.81
MK335	0	0	0		5.00
MK201	0	0	0		
MK355	0	0	0		
MK400	0	0	0		

Akadska godina:
2023/2024

Predmet	Ocena nastavnog materijala			Period dostavljanja nastavnog materijala	Ocena NM studenata
	recenzenti	dekan	rektor	Zahtevani rok: 30 dana pre početka semestra	
MK100	0	0	0		4.56
MK410	0	0	0		
MK455	0	0	0		4.76
MK335	0	0	0		5.00
MK201	0	0	0		4.77

Akadska godina:
2024/2025

Predmet	Ocena nastavnog materijala			Period dostavljanja nastavnog materijala	Ocena NM studenata
	softver	dekan	elearning	Zahtevani rok: 30 dana pre početka semestra	
MK100	0	0	0		
MK410	0	0	0		
MK455	0	0	0		4.86
MG491	0	0	0		4.22
MK335	0	0	0		4.90
MK201	3,67	4,98	4,55		4.82

- предаја комплетних наставних материјала у постављеним роковима:

Сви наставни материјали наведени у тачки 3.4.8. су увек били предати комплетни и у дефинисаним роковима.

3.12.1.2 Извршење наставе:

- Примена савремених педагошких метода и квалитетно одржавање предавања (оцена студената: 4,0 и више, оцена декана: 4,0 и више):

Од педагошких метода на предавањима примењујем активно учење уз дискусију и постављање проблемских питања током предавања, метод решавања проблема, метод студије случаја уз анализу стварних примера из праксе чиме се повезују са теоријом. Настојим да развијем код студената критичко мишљење, креативност и предузетнички дух. Током предавања, активно укључујем студенте у дискусију и групни рад. Моја предавања и ППТ презентације садрже велики број примера из праксе који омогућавају лакше разумевање и учење теоријске основе.

- држање наставе тачно по распореду часова, без кашњења или скраћивања наставе (просечно одступање до 5 минута), држање свих планираних предавања на сваком предмету које наставник предаје - сва одложена предавања из објективних разлога су надокнађена (без иједног неоправдано неодржаног предавања):

Сва предвиђена предавања су одржана тачно по распореду часова наставе без кашњења или скраћивања наставе. Студенти су обавештавани на време о свим аспектима наставе као и роковима за израду, слање и одбрану дефинисаних предиспитних обавеза. На почетку сваког семестра, студентима сам слао поздравни мејл у којем су били упознати са планом и програмом предмета и предиспитним обавезама.

3.12.1.3 Остварени резултати у настави

- Пролазност на предметима наставника је најмање 60% на годишњем нивоу, уз услов одржања прописаних критеријума оцењивања:
- присуство студената на настави је најмање 60%:

Оцене задовољства студената наставником:

Akadska godina: 2020/2021

Predmet	Broj studenata	% Prolaznost	% Prisustvo	Ocena nastavnika od studenata
MK100	107	0.68	82.55	4.81
MK335	8	0.75	50.67	5.00
MK410	18	0.44	0.00	5.00
MK455	5	0.80	21.33	4.97

Akadska godina: 2021/2022

Predmet	Broj studenata	% Prolaznost	% Prisustvo	Ocena nastavnika od studenata
MK100	145	0.70	81.81	4.83
MK210	30	0.60	27.78	4.79
MK335	19	0.79	23.53	5.00
MK410	20	0.40	0.00	4.83
MK455	20	0.85	43.92	4.85

Akadska godina: 2022/2023

Predmet	Broj studenata	% Prolaznost	% Prisustvo	Ocena nastavnika od studenata
MK100	0	NaN	0.00	
MK201	0	NaN	0.00	
MK210	39	0.85	60.51	5.00
MK335	19	0.74	0.00	4.97
MK355	0	NaN	0.00	
MK400	0	NaN	0.00	

MK410	0	NaN	0.00	
MK455	14	0.79	0.00	5.00

Akademska godina: 2023/2024

Predmet	Broj studenata	% Prolaznost	% Prisustvo	Ocena nastavnika od studenata
MK100	65	0.80	70.00	4.87
MK201	68	0.88	60.69	4.92
MK335	7	0.57	0.00	
MK410	0	NaN	0.00	
MK455	29	0.79	57.24	4.86

Akademska godina: 2024/2025

Predmet	Broj studenata	% Prolaznost	% Prisustvo	Ocena nastavnika od studenata
MG491	45	0.44	0.00	
MK100	1	0.00	0.00	
MK201	12	0.92	83.33	4.86
MK335	7	0.71	0.00	5.00
MK410	0	NaN	0.00	
MK455	38	0.84	0.00	4.95

3.12.2 Друга мисија универзитета: Научно-истраживачки рад

3.12.2.1 Припрема и предаја предлога пројеката

- Предати предлози пројеката Фонду за науку (најмање једанпут у последње 4 године):
 - Учешће у изради предлога пројекта Факултета за менаџмент под називом "Дигитализација као покретач одрживог паметног туризма: иновативне стратегије за промоцију и управљање дестинацијама", 2025. година.
- Предати предлози међународних пројеката по конкурсима Европске комисије и других међународних институција (најмање једнапут у изборном периоду од пет година):
 - /

3.12.2.2 Објављивање научних радова

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

Преглед поена по категоријама од последњег избора у звање

Ознака групе резултата	Вредност резултата	Број	Укупно
M23	4	1	4
M51	3	4	12

Преглед поена по категоријама током целе каријере

Ознака групе резултата	Вредност резултата	Број	Укупно
M23	4	2	8
M24	4	1	4

M33	1	1	1
M44	2	1	2
M51	3	4	12
M52	1,5	1	1,5
M63	0,5	1	0,5
M70	6	1	6

Владан В. Мадих			
Ред. бр.	ОБЈАВЉЕНИ РАДОВИ аутор/и (година), назив, издавач, ISBN/ISSN, DOI	Категорија	Бр. бодова
1.	Stefan Alimpić, Milica Slijepčević, Vladan Madić (2025). The impact of sales promotion methods on customer-based brand equity, <i>EMC Review, Economy and Market Communication Review</i> , Vol. 15, no. 1, pp. 68-86. ISSN 2232-8823 DOI: https://doi.org/10.7251/EMC2501068A	M23	5
2.	Мадих Владан , Слијепчевић Милица, Вученовић Тамара, Алимпић Стефан (2024). Еволуција маркетинг концепције од 1.0 до 5.0., <i>Маркетинг</i> , Vol. 55/1, str. 52-66, ISSN 0354-3471	M51	2,1
3.	Слијепчевић Милица, Алимпић Стефан, Мадих Владан (2024). Запослени као тржишни сегмент и бренд амбасадори друштва за осигурање. <i>Токови Осигурања</i> , 2/2024, str. 391-403, ISSN 1451-3757, DOI: 10.5937/TokOsig2402391S	M51	2,5
4.	Стојановић Милош, Милојић Станојевић Марија, Мадих Владан (2024). Вештачка интелигенција у маркетингу: Иновације које обликују будућност индустрије. <i>Култура</i> , бр. 184, ISSN 0023-5164, DOI 10.5937/kultura2484125S	M51	2,5
5.	Марковић Душан, Мадих Владан (2021). Промене премијум сегмента на глобалном ауто тржишту, часопис за маркетинг теорију и праксу <i>Маркетинг</i> , Вол. 52/4, стр. 236-246, ISSN 0354-3471, COBISS.SR-ID 749828	M51	2,5
6.	Madić Vladan , Marković Dušan, Mijušković Veljko (2021). Competitive strategies in premium automotive segment, <i>časopis za društvene nauke, Teme</i> , Vol. XLV, No 2, pg. 639-659, Univerzitet u Nišu, ISSN 0353-7919, DOI: https://doi.org/10.22190/TEME200528037M	M23	5
7.	Rakita Branko, Vladan Madić , Dušan Marković (2017). Competitive strategies of late followers in auto industry: case study Hyundai-Kia, <i>Industrija</i> , Vol. 45, No. 1, 2017, pg. 121-146, ISSN 0350-0373 DOI: 10.5937/industrija45-11848	M24	3
8.	Madić Vladan (2012). "Automotive Supplier System", International Congress of Automotive Industry, Sustainable Development of Automotive Industry, October 3rd-5th 2012, Kragujevac, Faculty of Mechanical Engineering, Serbia, Paper work number MVM 2012-067	M33	1
9.	Мадих Владан , Марковић Душан, Ракита Бранко (2015). "Конкурентско репозиционирање кроз међународна преузимања у ауто индустрији – пример Fiat-Chrysler", Тематски зборник радова Економска Политика и Развој, Универзитет у Београду, Економски факултет, стр. 267-292, ISBN 978-86-403-1481-7, COBISS.SR-ID 221451532	M44	2,5
10.	Мадих Владан (2011). Промене у окружењу и кључни изазови глобалне ауто индустрије у посткризном периоду, <i>Економски хоризонти</i> , број 1/2011, YU ISSN 1450-863X, Крагујевац, Универзитет у Крагујевцу, Економски факултет, стр. 83-103.	M52	1,5
11.	Milica Mladenović, Vladan Madić (2017). "Car clinic as a neuromarketing research facility", ICSD Conference 2017, Faculty of Management, University Metropolitan Belgrade.	M63	1

12.	Владан Мадих , <i>Унапређивање конкурентности предузећа ауто индустрије у условима глобалне рационализације пословања</i> , научна област Међународно пословање и међународни маркетинг, Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу, ментор проф. др Бранко Ракита, 2014. (одбрањена докторска дисертација)	M70	6
Укупно поена од последњег избора		Референце: 5	Поена: 14,6
Укупно		Референце: 12	Поена: 34,6

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 M20 или три рада из категорије M51 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.	
4	Одлично оцењен наставни материјал на свим предметима које предаје, уколико је кандидат у претходном изборном периоду био у радном односу на УМ.	
5	Припрема студената за студентска такмичења, за кандидата који је у претходном изборном периоду био у радном односу на УМ.	ДА
6	Енглески језик - 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.	

3.12.3 Трећа мисија универзитета: Употреба знања и пословања на тржишту, са пословним сектором и широм друштвеном заједницом.

3.12.3.1 Допринос трансферу технологија и развој иновација

- Покретање иницијатива или учешће у активностима отварања стартап фирми ради развоја иновација и комерцијализације резултата научно-истраживачких активности наставника: /
- Сарадња са фирмама на развоју иновација преко Универзитета: /
- Активност на развоју креативности и предузетничког духа код студената и наставног особља (једна успешно реализована активност 3.1. у изборном периоду од пет година): /

3.12.3.2 Допринос континуираном образовању

- Припрема и реализација кратких програма и курсева у организацији Универзитета Метрополитан (ПроАкадемија). Минимални услов: Припрема и држање наставе на бар једном курсу годишње у оквиру Програма континуалног образовања Универзитета:
 - Учесник на обуци студената на такмичењу “Најбоља студентска идеја”
 - Аутор електронског курса за средњошколце “КМ100 – Увод у маркетинг”, Факултет за менаџмент, Универзитет Метрополитан, Београд

3.12.3.3 Ангажованост у сарадњи са пословним сектором и у друштвеној заједници

- иницирање или учествовање у пројектима сарадње Универзитета са пословним сектором – консалтинг, уговорени пројекти и послови (обезбеђује приход Универзитету од најмање 10.000 евра у изборном, петогодишњем периоду рада наставника): /

3.12.4 Посебни услови за избор наставника

3.12.4.1 Стручно-професионални допринос остварен преко Универзитета

- аутор/коаутор елабората или студије: /
- руководиоца или сарадника на пројекту, иноватор: /
- аутор/коаутор патента или техничког унапређења: /
- учешће у раду тела Универзитета: **Наставно научно веће**
- руковођење активностима на Универзитету: **Председник комисије за квалитет, ФАМ**
- допринос активностима које побољшавају углед и статус Универзитета:

Met Talks Каријера – Организација гостујућих предавања из предмета МК201 Принципи маркетинга и МК455 Пројекат маркетинг кампање, 2022-2024

Met Talks Karijera – Менаџмент вебинар етика у пословању, онлајн предавање на тему “Етика у пословању”, 25. јануар 2022. године, <https://www.metropolitan.ac.rs/dogadjaji/met-talks-menadzment-webinar-etika-u-poslovanju/>

- вођење професионалних (струковних) организација: /
- пружање консултантских услуга заједници: /
- презентација Универзитета јавним наступима: **Наступи у средњим школама и на сајмовима**
- подржавање ван-наставних активности студената: **Такмичења студената**
- вођење, учествовање или обезбеђење ван-наставних активности које доприносе угледу, статусу и обезбеђују финансијска средства Универзитету: /

3.12.4.2 Допринос академској и широј заједници

- ангажовање у националним или међународним научним, односно стручним организацијама, институцијама од јавног значаја, културним институцијама и др: **Члан Српског удружења за маркетинг, СЕМА**
- професионалне активности намењене доприносу локалној или широј заједници: /

3.12.4.3 Сарадња са другим високошколским и научноистраживачким институцијама у земљи и иностранству

- мобилност: /
- заједнички студијски програми: /
- интернационализација: /
- организација и вођење локалних, регионалних, националних и међународних научних конференција и скупова, изложби, фестивала: /
- рецензирање радова и оцењивање радова и пројеката: /

Рецензент књиге “Интегрисане маркетиншке комуникације”, аутори Соња Милојевић, Анђела Микић, Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Београд, 2022., ИСБН 978-86-7169-625-8

Рецензент књиге “Понашање потрошача”, аутори Соња Милојевић-Самарџић, Анђела Микић, Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Београд, 2025.

Рецензент наставних материјала, ФАМ, 2025.

3.13 Оцена декана о испуњењу изборних посебних критеријума остварених и мерљивих резултата рада за избор наставника у звање

У складу са чланом 4. Правилника о начину и поступку стицања звања и заснивању радних односа наставника и сарадника на Универзитету Метрополитан (у даљем тексту: Правилник универзитета), декан факултета је у обавези да на бази анализе рада и доприноса кандидата, ако је био у радном односу

на Универзитету Метрополитан, да да своју оцену о испуњењу минималних изборних посебних услова за избор наставника:

1. Стручно-професионални допринос остварен преко Универзитета

Рад и ангажовање кандидата др Владана Мадиха у претходном изборном периоду били су усмерени на активности од непосредног значаја за рад и развој Метрополитан универзитета. Кандидат је у том периоду остварио мерљиве резултате кроз извођење наставе, израду и унапређење наставних и електронских наставних материјала, менторство и учешће у комисијама за одбрану завршних радова, као и кроз ангажовање у стручним, организационим и промотивним активностима Универзитета.

На основу наведеног, констатујем да кандидат испуњава минималне изборне посебне услове који се односе на стручно-професионални допринос остварен преко Метрополитан универзитета.

2. Допринос академској и широј заједници

Активности које је кандидат др Владан Мадих реализовао у оквиру свог наставног и ваннаставног ангажовања указују на континуиран допринос академској и широј друштвеној заједници. Допринос је остварен кроз рад у факултетским и универзитетским телима и комисијама, учешће у поступцима обезбеђења и унапређења квалитета, као и кроз ангажовање у стручним, едукативним и јавним активностима усмереним ка студентима, средњошколцима и широј јавности.

На основу наведених активности, констатујем да кандидат испуњава минималне изборне посебне услове који се односе на допринос академској и широј заједници.

3. Сарадња са другим високошколским, научно-истраживачким, односно институцијама културе или уметности у земљи и иностранству

Професионално ангажовање кандидата др Владана Мадиха обухватало је и сарадњу са другим високошколским и сродним институцијама у земљи, у складу са нивоом и природом звања доцента. Сарадња је реализована кроз учешће у заједничким академским и стручним активностима, научним и стручним скуповима, рецензентски рад, као и кроз ангажовање у комисијама, жиријима и едукативним програмима у којима су учествовали представници различитих образовних институција.

Наведене активности допринеле су размени стручних искустава, унапређењу наставне праксе и јачању позиције Универзитета Метрополитан у националном академском простору. На основу података из обрасца К1, констатујем да кандидат испуњава минималне изборне посебне услове који се односе на сарадњу са другим високошколским и сродним институцијама, што је релевантно и довољно за реизбор у исто звање - доцент.

На основу укупне анализе рада и доприноса кандидата у претходном изборном периоду, констатујем да др Владан Мадих испуњава минималне изборне посебне услове прописане Правилником Метрополитан универзитета и да постоје сви основи за његов реизбор у исто звање - доцент.

3.14 ОЦЕНА РЕКТОРА

У складу са чланом 4. Правилника универзитета ректор универзитета је у обавези да на бази анализе рада и доприноса кандидата, ако је био у радном односу на Универзитету Метрополитан, да да и образложи оцену о испуњењу минималних обавезних посебних услова за избор наставника из члана 4. Став 2. Правилника универзитета, а на основу мишљења декана и достављених информација од стране стручних служби универзитета, и то за услове који су дефинисани по следећим питањима:

1. Прва мисија универзитета: Настава

1. Припрема наставе и наставних материјала

Кандидат др Владан Мадих је у претходном изборном периоду континуирано и систематично припремао наставу и наставне материјале у складу са студијским програмима и наставним плановима Метрополитан универзитета. Посебан допринос остварен је кроз израду, унапређење и примену електронских наставних материјала за више предмета на основним и мастер академским студијама, чиме је обезбеђен савремен, методички уређен и студентима прилагођен наставни процес.

На основу наведеног, оцењујем да кандидат испуњава услов који се односи на припрему наставе и наставних материјала.

2. Извршење наставе

Извршење наставе од стране кандидата др Владана Мадиха реализовано је у континуитету, у складу са утврђеним распоредом, наставним плановима и педагошким стандардима Универзитета Метрополитан. Кандидат је изводио наставу на више предмета на основним и мастер академским студијама, уз примену различитих наставних метода и облика рада, као и уз активно укључивање студената у наставни процес.

На основу доступних података и достављених извештаја, оцењујем да је извршење наставе од стране кандидата било уредно, квалитетно и у складу са прописаним обавезама.

3. Остварени резултати у настави

Остварени резултати кандидата у настави огледају се у континуираном ангажовању у раду са студентима, менторству завршних радова, учешћу у комисијама за одбрану завршних радова, као и у доприносу унапређењу квалитета наставе кроз развој наставних материјала и учешће у активностима обезбеђења квалитета. Наведени резултати указују на стабилан и мерљив допринос кандидата наставној делатности Универзитета.

На основу наведеног, оцењујем да кандидат испуњава услов који се односи на остварене резултате у настави

2. Друга мисија универзитета: Научни-истраживачки, односно, уметнички рад

1. Учествовање у припреми пројеката и предаја предлога пројекта по конкурсима

У претходном изборном периоду кандидат др Владан Мадих није био формално ангажован у пројектима који су резултирали остваривањем финансијског прихода за Универзитет Метрополитан у минималном износу од 5.000 евра, нити у износу од 10.000 евра који је, у складу са Правилником, дефинисан као услов за реизбор у наредни изборни период.

Имајући у виду да се ради о реизбору у исто звање – доцент, као и чињеницу да Правилник Универзитета предвиђа могућност вредновања научно-истраживачког доприноса и кроз друге облике ангажовања (научне и стручне публикације, учешће у стручним и научним скуповима, интеграцију научних резултата у наставу и рад са студентима), оцењујем да непостојање пројектног финансијског прихода у наведеном износу не представља сметњу за испуњење минималних обавезних посебних услова за реизбор у исто звање.

На основу укупне анализе научно-истраживачког ангажовања кандидата и његових остварених резултата у наставној и стручној делатности, констатујем да кандидат испуњава минималне обавезне посебне услове из члана 4. став 2. Правилника Универзитета Метрополитан у оквиру друге мисије универзитета, релевантне за реизбор у звање доцента.

3. Трећа мисија универзитета: Употреба знања и пословања на тржишту, са пословним сектором и широм друштвеном заједницом

1. Допринос континуалном образовању

Ангажовање кандидата др Владана Мадиха у оквиру треће мисије универзитета обухватало је активности усмерене на пренос знања и вештина ван редовних студијских програма, кроз едукативне, стручне и промотивне активности Универзитета. Кандидат је учествовао у реализацији програма и активности намењених широј друштвеној заједници, студентима и потенцијалним студентима, чиме је допринео позиционирању Метрополитан универзитета као институције континуалног образовања и отвореног система знања.

2. Допринос технолошком трансферу и развоју иновација

У претходном изборном периоду кандидат је својим стручним и наставним ангажовањем допринео примени савремених знања и иновативних приступа у настави и стручним активностима, посебно кроз развој и примену електронских наставних материјала и интеграцију практичних и тржишно релевантних садржаја у наставни процес. Наведене активности представљају облик трансфера знања и иновација у оквиру образовне и стручне праксе Универзитета.

3. Ангажованост у пословној и друштвеној заједници

Кандидат др Владан Мадих је био активно ангажован у сарадњи Метрополитан универзитета са пословним и друштвеним окружењем кроз учешће у стручним и едукативним догађајима,

студентским и средњошколским такмичењима, жиријима и јавним активностима, као и кроз активности које доприносе видљивости и угледу Универзитета у широј заједници. Ове активности су биле усмерене на повезивање академског знања са потребама тржишта и друштва.

Као обавезан показатељ испуњења обавезних услова друге и треће мисије универзитета, је изјава наставника, потврђена од надлежне службе универзитета, да је у току последњег изборног периода остварио додатне приходе универзитета активностима 2.1, 3.1, 3.2 или 3.3 у износу од најмање 10.000 евра.

На основу достављене изјаве кандидата и потврде надлежне службе Универзитета, констатујем да наведени финансијски услов није остварен у претходном изборном периоду. Имајући у виду да се ради о реизбору у исто звање, као и укупне резултате кандидата у оквиру прве и друге мисије универзитета, ова чињеница не представља сметњу за реизбор.

Истовремено, кандидат се обавезује да у наредном изборном периоду од пет година, кроз активности у оквиру друге и треће мисије универзитета, допринесе остваривању додатних прихода Универзитета Метрополитан у укупном износу од најмање 10.000 евра, у складу са Правилником Универзитета.

На основу мишљења декана, анализе достављене документације и података надлежних служби Универзитета, оцењујем да кандидат др Владан Мадих испуњава минималне обавезне посебне услове из члана 4. став 2. Правилника Универзитета Метрополитан и да се може изабрати у исто звање - доцент, уз преузету обавезу испуњења финансијског услова у наредном изборном периоду.

4 МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕЊУ УСЛОВА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ КАНДИДАТА

Кандидаткиња Марија Ш. Златић која је докторирала 2012. године из научне области маркетинга, искуственог маркетинга и маркетинга луксузних производа. До сада је објавила један уџбеник и седамнаест научних и стручних радова, укључујући три рада у међународним часописима категорије M20 (M22, M23, M23), као и више радова из осталих научних категорија, чиме у потпуности задовољава критеријуме научноистраживачког рада прописане Правилником Универзитета Метрополитан. Већи део научних радова кандидаткиње усмерен је на научну област маркетинга, за коју је и расписан конкурс. Кандидаткиња поседује више од три године педагошког искуства у високошколским установама, као и просек оцена са претходних нивоа студија већи од 8. Поред тога, има значајно академско и практично искуство стечено кроз вишегодишњи рад у иностранству, што представља додатну вредност за наставу у области маркетинга. Кандидаткиња поседује и одлично знање енглеског језика, неопходно за извођење наставе и учешће у међународном академском окружењу.

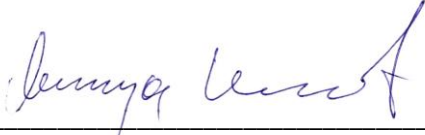
Др Владан Мадих је кандидат који је од последњег избора у звање објавио један рад из категорије M23 и четири рада из категорије M51, као и више радова из осталих научних категорија, чиме у потпуности испуњава критеријуме научноистраживачког рада прописане Правилником Универзитета Метрополитан. Укупно је остварио 12 референци и 34,6 поена током каријере. Научни радови кандидата су у највећој мери усмерени на научну област маркетинга, за коју је и расписан конкурс. Кандидат је континуирано ангажован у унапређењу наставе и студијских програма, као и у припреми наставних материјала за више предмета. Остварује високе оцене студената, активно учествује у раду наставно-научних тела Факултета за менаџмент и поседује значајно професионално искуство релевантно за наставу у области маркетинга.

5 ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ НАСТАВНИКА

Комисија предлаже Већу факултета и Сенату универзитета да се кандидати Марија Ш. Златић и Владан Мадих изаберу у звања доцента .

Датум: 15.01.2026.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. 
Проф. др Милица Слијепчевић, редовни професор, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент,
Универзитет Метрополитан
2. 
Доц. др Драгана Николић - Ристић, доцент, област: Маркетинг, Факултет за менаџмент,
Универзитет Метрополитан
3. 
Проф. др Диона Ђурђевић, редовни професор, област: Маркетинг, Факултет пословне економије,
Универзитет Едуконс