

Универзитет Метрополитан Београд

FEFA

Broj

Datum

227/26

27.04.2026.

BEOGRAD

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 Декана ФЕФА br. 176/26 од 17. марта 2026. године.
2. Број конкурса, датум и место објављивања конкурса
 - Објављено на сајту ФЕФА, сајту Метрополитан универзитета Београд и сајту Националне службе за запошљавање. Датум објављивања: 1. април 2026. године.
3. Број наставника који се бира, са знаком редног броја радног места из конкурса, звања и назив уже научне области
 - Избор једног наставника у звање доцента за ужу научну област Економија и менаџмент (стручност за поље Неуромаркетинг и Понашање потрошача).
4. Састав Комисије за припрему извештаја у пријављеним кандидатима за избор у звање наставника са знаком 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 Бранка Драшковић, редовни професор, ФЕФА, Метрополитан универзитет Београд, изабрана 15.11.2023. године
 - 4.2. Доц др Биљана Јокић, доцент, ФЕФА, Метрополитан универзитет Београду, изабрана 02.10.2023. године
 - 4.3. Проф. др Горан Петковић, редовни професор, Економски факултет, Универзитет у Београду, изабран 01.03.2006 године.
5. Пријављени кандидати:
 - 5.1. др Миодраг Богдановић
 - 5.2. др Дарко Лукић

Одбацују се пријаве због неиспуњавања услова за избор по Закону о високом образовању следећих кандидата:

- Кандидат Миодраг Богдановић, није доставио комплетну пријаву. Доставио је само оверену фотокопију дипломе о завршеним докторских студијама, а не и дипломе о завршеним основним и магистарским студијама. Такође није доставио извод из матичне књиге рођених, као ни уверење о држављанству. Како кандидат Миодраг Богдановић није

доставио наведену документацију и како није доставио документацију у папирном облику, може се сматрати да је његова пријава непотпуна.

ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

1.1 БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

Име, име једног родитеља и презиме: Дарко Часлав Лукић

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.

2.

3. Датум и место рођења, адреса: 06.11.1973, Крушевац, Булевар Арсенија Чарнојевића 43/7/28, Београд.

4. Садашње запослење, професионални статус, установа или предузеће: генерални директор, Предузеће за менаџмент, маркетинг и образовни консалтинг АММЦ д.о.о. Београд.

5. Година уписа и завршетка основних студија: 1992-1997.

6. Студијска група, факултет, универзитет и успех на основним студијама: Маркетинг, Економски факултет, Универзитет у Београду, 8.44.

7. Година уписа и завршетка магистарских или мастер студија: 1997-2000.

8. Студијска група, факултет, универзитет и успех на магистарским студијама: Маркетинг, Економски факултет, Универзитет у Београду, 9.66.

9. Наслов магистарске тезе и година одбране тезе: Планирање медија у функцији ефикасне пропагандне кампање.

10. Наслов докторске дисертације (докторат је обавезан за наставнике): Примена неуромаркетиншких техника у истраживању перцепције и ефективности маркетиншких стимулуса: електроенцефалограм (ЕЕГ) и технике праћења покрета очију.

11. Факултет, универзитет и година одбране докторске дисертације: ФЕФА факултет, Метрополитан Универзитет, 2025.

12. Знање светских језика – наводи: чита, пише, говори, са оценом одлично, врло добро, добро, задовољавајуће. Енглески језик: чита (одлично), пише (одлично), говори (одлично).

13. Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација): Економија, Економија и менаџмент, неуромаркетинг и понашање потрошача.

1.2 КРЕТАЊЕ У ПРОФЕСИОНАЛНОМ РАДУ

- Агенција за менаџмент маркетинг и образовни консалтинг АММЦ доо, генерални директор, 2017-данас
- ФЦБ Афирма, извршни директор, 2016
- Хенкел Србија, директор маркетинга, 2006-2016
- Хенкел Аустрија, бренд менаџер, 2005-2006
- Несле Адриатик, бренд менаџер, 2003-2005
- ИНГ Банк Амстердам, 2001-2003
- Агенција за истраживање тржишта Партнер Маркетинг, 1998-2001

1.3 ЧЛАНСТВО У СТРУЧНИМ И ПРОФЕСИОНАЛНИМ УДРУЖЕЊИМА

- International Advertising Association (IAA)
- Српско друштво за маркетинг (SeMA)

1.4 ДОСАДАШЊИ НАСТАВНИ РАД

Од 2022. до 2026. био је ангажован као спољни предавач на ФЕФА факултету, Универзитет Метрополитан, на предметима:

- Неуромаркетинг и разумевање потрошача, Бизнис и дигитална трансформација, мастер студије, 2022/2023-2025/2026.
- Понашање потрошача, Економија и бизнис, Психологија и бизнис, основне студије, 2025/2026.

1.5 НАГРАДЕ И ПРИЗНАЊА УНИВЕРЗИТЕТА, ПЕДАГОШКИХ И НАУЧНИХ АСОЦИЈАЦИЈА

1.6 ОСТАЛО

1.7 ПРЕГЛЕД ДОСАДАШЊЕГ НАУЧНОГ И СТРУЧНОГ РАДА

Један објављен рад у часопису *Naše gospodarstvo/Our Economy* (M23), четири објављена рада у часопису *Маркетинг* (тренутна категорија: M51) и један у зборнику радова са конференције (M63):

Lukić, D., Starčević, S., & Pitić, G. (2025). Assessing the impact of point-of-sale beer brand ads through consumer neuroscience research. *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 71(3), 52–63. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2025-0017>

Lukić, D. (2021). Metodi i tehnike neuromarketing istraživanja. *Marketing*, 52(3), 185–196. <https://doi.org/10.5937/mkng2103185L>

Lukić, D. (2001). Omnibus istraživanje kao instrument utvrđivanja marketing problema. *Marketing*, 32(3), 23–26. <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-34710101021L>

Lukić, D. (1999). Novi korak u praksi marketing agencija: Podela rizika sa klijentom. *Marketing*, 30(4), 147–150. <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-34719904147L>

Lukić, D. (1998). Novi korak u kupovini i planiranju medija: TV optimizator. *Marketing*, 29(4), 187–189. <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-34719804187L>

Lukić, D. (2022). Metodi i tehnike neuromarketing istraživanja. In *Treća konferencija Srpskog udruženja za marketing „Izazovi i perspektive marketinga“: Zbornik radova* (pp. 66–74). <https://www.sema.rs/repository/download/zbornik-radova-izazovi-i-perspektive-marketinga-2021.pdf>

1.7.1. 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

Преглед поена по категоријама током целе каријере

Категорија	Број радова	Број поена
M23	1	4
M51	4	12
M63	1	0,5
M70	1	8
Укупно	6	24,5
Укупно хетероцитата	Google scholar:	

Преглед поена по категоријама од последњег избора у звање

Категорија	Број радова	Број поена	
M23	1	4	
M51	4	12	
M63	1	0,5	
M70	1	8	
Укупно	6	24.5	
Укупно хетероцитата	Google scholar:		

1.8 УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТИМА**1.9 ДРУШТВЕНО-АНГАЖОВАНИ РАД****1.10 МОТИВ КОНКУРИСАЊА****1.11 ПРЕПОРУКЕ**

1. Миодраг Јелић, генерални директор OCEA South, Lesaffre, 062755965, miodrag.jelic@lesaffre.rs
2. Сања Гламочанин, директорка маркетинга, Галеника, 0655413582, sglamocanin@galenika.rs
3. Саша Вујиновић, директор продаје, Подравка, 060366245, sasa.vujinovic@podravka.rs
4. Бранислав Кукић, директор продаје, Сомболед Лакталис, 063690630, branislav.kukic@rs.lactalis.com
5. Зоран Голуб, комерцијални директор, Atlantic Grand, 0608103021, zoran.golub@atlanticgrupa.com
6. Проф. др Гаљина Огњанов, редовна професорка, Економски факултет у Београду, galjina.ognjanov@ekof.bg.ac.rs
7. Проф. др Марија Јовић, ванредна професорка, ФОН, jovic.marija@fon.bg.ac.rs

1.12 ИЗБОРНИ УСЛОВИ

Кандидат за избор у наставника у својој пријави наводи активности које је реализовао, а које су наведене у претходном ставу, при чему је обавезан да испуни најмање два од три изборна услова.

1.12.1 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:
- руковођење активностима на Универзитету:
- допринос активностима које побољшавају углед и статус Универзитета:
- вођење професионалних (струковних) организација:
- пружање консултантских услуга заједници:
- презентација Универзитета јавним наступима:
- подржавање ван-наставних активности студената:
- вођење, учествовање или обезбеђење ван-наставних активности које доприносе угледу, статусу и обезбеђују финансијска средства Универзитету:

1.12.1.1 Реализација наставе:

- Укупна просечна оцена из студентских анкета од претходног избора у звање минимум 4:
- Тачно и редовно одржавање наставе на основу резултата студентских анкета (просечна оцена из студентских анкета од претходног избора у звање за ово питање минимум 4):

1.12.2 Допринос академској и широј заједници

- ангажовање у националним или међународним научним, односно стручним организацијама, институцијама од јавног значаја, културним институцијама и др:

Одржана предавања за потребе Међународног удружења пропагандиста (IAA Academy) и Српског друштва за маркетинг (CeMA)

- професионалне активности намењене доприносу локалној или широј заједници:

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

- мобилност:

У више наврата гостовао као предавач на Економском факултету (код Проф. др Зоран Богетић, Проф. др Саша Вељковић, Проф. др Галина Огњанов), Факултету организационих наука (Проф. др Марија Јовић) Универзитета у Београду, Економском факултету у Суботици, Универзитета у Новом Саду (Проф. др Ненад Ђокић) и FEFA факултету у Београд (Проф. др Слађана Старчевић)

- 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: Рецензирање радова за часопис Маркетинг (M51).

1.13 АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА И РЕФЕРЕНЦИ КАНДИДАТА

ДХ	Услови за избор у звање ДОЦЕНТА у ДХ пољу	да/не
	Обавезни услови из члана 10. Правилника о избору на УМ	да
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.	да
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.	
6	Знање енглеског језик а- писани и говорни, на нивоу могућности држања предавања на енглеском језику.	да
	Изборни услови	

7	Стручно-професионални допринос	да
8	Допринос академској и широј заједници	да
9	Сарадња са другим високошколским, односно научно-истраживачким институцијама у земљи и иностранству	да

2 МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕЊУ УСЛОВА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ КАНДИДАТА

На конкурс за избор у звање доцента (*Неуромаркетинг и Понашање потрошача*) пријављена су два кандидата. Кандидат Марко Богдановић је доставио непотпуну документацију, те његова пријава није даље разматрана. Кандидат, др Дарко Лукић је послао потпуну документацију прописану конкурсом.

Увидом у достављену пријаву и њене елементе и у складу са анализом резултата и референци кандидата, Комисија једногласно констатује да кандидат др Дарко Лукић испуњава све услове за избор у звање доцента према Правилнику о начину и поступку стицања звања и заснивању радног односа наставника и сарадника Универзитета Метрополитан (у наставку текста „Правилник“).

Кандидат је у досадашњем делу научно-истраживачке каријере објавио шест радова и то један у категорији М23, четири у категорији М51 и један у категорији М63.

Кандидат је од 2022. године ангажован у статусу гостујућег предавача на ФЕФА факултету, где је значајно допринео извођењу наставе на предметима Неуромаркетинг и разумевање потрошача и Понашање потрошача, кроз рад са студентима на релевантним пословним примерима. Такође је спроводио и предлагао иницијативе које су допринеле унапређењу структуре постојећих наставних предмета, поспешивању промоције факултета и отварању нових облика сарадње са привредом.

Осим академског ангажовања, кандидат има и значајно дугогодишње искуство из реалног сектора. Током 28 година корпоративне каријере усавршавао се на менаџмент и лидерским позицијама (бренд менаџер, сениор бренд менаџер, регионални директор маркетинга, извршни директор, генерални директор) у мултинационалним компанијама ИНГ Банк Амстердам, Нестле Адриа, Хенкел Аустрија, Хенкел Србија, ФЦБ и АММЦ, у којима је остварио значајне пословне резултате.

Каријеру менаџмент, маркетинг, продајног консултаната, предавача и истраживача, је започео 2017. године, оснивањем Агенције за менаџмент, маркетинг и образовни консалтинг АММЦ д.о.о., на чијем је челу као генерални директор. До данас је у области едукација за корпоративне професионалце, консалтинга и неуромаркетиншких истраживања сарађивао са бројним клијентима у земљи и региону : ЕБРД , УНИЦЕФ, Атлантис група, Нелт Гроуп, Лакталис, Подравка, ОМД, Дајрект Медиа, Lilly, Лидл, Филип Морис...итд.

На листи је консултаната ЕБРД (European Bank for Reconstruction Development) од 2018. године и СеМА (Српског друштва за маркетинг).

Од 2019. године је више пута као гост предавач, одржао предавање на Београдском Универзитету и Универзитету у Новом Саду, на Економском факултету и Факултету организационих наука, на основним и мастер студијама, о темама из области маркетинга, неуромаркетинга и продаје.

Од 2019 до 2024 године је предавао на Мокрогорској пословној школи као водећи предавач за маркетинг и продају, на менаџмент, маркетинг и продајним програмима, од основног до МБА нивоа.

3 ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ НАСТАВНИКА

На основу приспеле конкурсне документације и Правилника Универзитета Метрополитан, сматрамо да су испуњени сви услови за избор др Дарка Лукића у звање доцента за ужу научну област Економија и менаџмент (стручност за поље Неуромаркетинг и понашање потрошача) и предлагемо Наставно-научном већу ФЕФА факултета да донесе одлуку којом предлажу Сенату Универзитета Метрополитан да

се др Дарко Лукић изабере у звање доцента за ужу научну област Економија и менаџмент (стручност за поље Неуромаркетинг и понашање потрошача).

Избор наставника у звању доцента за ужу научну област Економија и менаџмент (стручност за поље Неуромаркетинг и понашање потрошача).

Датум: 27. 04.2026 године

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. Бранка Драшковић

Проф. др Бранка Драшковић, редовни професор, ФЕФА, Метрополитан универзитет Београд

2. Б. Јокић

Доц. др Биљана Јокић, доцент, ФЕФА, Метрополитан универзитет Београд

3. Горан Петковић

Проф. др Горан Петковић, редовни професор, Економски факултет, Универзитет у Београду