

**Табела 9.1. Компетентност наставника**

<b>Презиме, средње слово, име</b>		Ненад, Н., Перић	
<b>Звање</b>		Ванредни професор	
<b>Ужа научна област</b>		Комуникологија, маркетинг, односи с јавношћу	
<b>Академска каријера</b>	<b>Година</b>	<b>Институција</b>	<b>Област</b>
Избор у звање	2013.	Универзитет Метрополитан	Комуникологија, маркетинг
Докторат	2008.	Универзитет Мегатренд	Маркетинг и медији
Диплома	2002.	Факултет драмских уметности	Продукција драмских уметности и медија
<b>Списак предмета које наставник држи на студијским програмима докторских студија</b>			
<b>Р.Б.</b>	<b>Назив предмета</b>	<b>ВУ</b>	<b>Друга ВУ</b>
	Стратешки бренд менаџмент	УМ	
	Истраживање и моделовање интегрисаних тржишних комуникација	УМ	
	Теорија медија	УМ	
	Маркетинг и уметност	УМ	
1	Ненад Перић, јединице Бренд и Бренд државе, Лексикон економске дипломатије и међународног пословања, Београд, 2013. ISBN 978-86-85635-06-9 УДК: 339.9.012(031) COBISS.SR-ID 198822668		M16 (2)
2	Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, “Strategic Management and Crisis PR relationship”, TTEM, Vol. 7., No. 1., Sarajevo, 2012., стр: 446- ISSN: 1840-1503 <a href="http://www.ttem.ba/pdf/ttem_7_1_web.pdf">http://www.ttem.ba/pdf/ttem_7_1_web.pdf</a>		M23 (4)
3	Ненад Перић, “Branding the State and the Nation (The Case of The Republic of Serbia)”, TTEM, Vol. 6., No. 2., Sarajevo, 2011., стр: 361-367 ISSN: 1840-1503 <a href="http://www.ttem.ba/pdf/ttem_6_2_web.pdf">http://www.ttem.ba/pdf/ttem_6_2_web.pdf</a>		M23 (4)
4	Милица Васиљевић Благојевић, Ненад Перић, Однос новинара и ПР менаџера у функцији унапређења екстерних односа с јавношћу, II Међународни научни скуп о развоју тржишне комуникације-Моћ комуникације, Висока струковна школа за пропаганду и односе с јавношћу, Београд, 2013., стр: 382-393 ISBN 978-99955-91-19-9		M31 (3)
5	Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, “Односи с јавношћу у функцији промоције образовања”, Међународна научна конференција Образовање и привредни развој Србије, Центар за стратешка истраживања националне безбедности, 2012.		M31 (3)
6	Милица Васиљевић-Благојевић, Ана Бован, Перић Ненад, Комуницирање компанија током кризе – односи с медијима, III Међународни научни скуп о развоју тржишних комуникација – Моћ комуникације 2014 (POWERCOMM 2014), Београд, Паневропски универзитет Апеирон, мај 2014		M33 (1)
7	Далибор Дончић, Ненад Перић, The Marketing Orientation Analysis of Fruit and Vegetable Producers in BiH, International Scientific Conference Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization within the Danube Region, Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Topola, 2013 ISBN 978-86-6269-026-5 1. COBISS.SR-ID 203206156		M33 (1)
8	Мирјана Миловановић, Ненад Перић, Ефекти унапређења продаје приликом уласка познатог бренда на ново тржиште, Међународна конференција о друштвеном и технолошком развоју СТЕД, Бања Лука 2013, година II, број 2, стр. 252-259		M33 (1)
9	Милица Васиљевић Благојевић, Ненад Перић, Влада Боторић, Односи с корисницима као екстерни вид односа с јавношћу, Међународна научна конференција EUROBRAND 3, TQM centar, 2011. ISBN 978-86-88065-16-0 УДК: 005(082)(0.034.2) COBISS.SR-ID 186088204		M33 (1)
10	Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, Влада Боторић, Спортски мегадогађаји и односи с јавношћу, VII Међународна конференција менаџмент у спорту, Алфа Универзитет, Београд, 2011. ISBN 978-86-86197-31-3		M33 (1)
11	Ненад Перић, “Кризни ПР као елемент стратешког менаџмента”, Међународна научни симпозијум SymOrg 2010, ФОН ISBN 978-86-7680-216-6 УДК: 005 (082) (0.034.2) COBISS.SR-ID 175802124		M33 (1)
12	Ненад Перић, “Односи са јавношћу као један од кључних елемената кризног менаџмента”, Зборника радова међународне научна конференција Менаџмент2010, ФИМ, ICIM plus, Крушевац, 2010., стр:441-444 ISBN 978-86-84909-69-7 COBISS.SR-ID 174005772		M33 (1)
13	Милица Васиљевић Благојевић, Драгана Терзић Марковић, Ненад Перић, “Улога и утицај		M34

	образовања на друштвени и економски развој појединца и земље”, Међународна научна конференција Методички дани, Кикинда, 2014. ISBN 978-86-85625-14-5 COBISS.SR-ID 286091015	(0,5)
14	Ненад Перић, Ана Стевановић, Менаџери за односе с јавношћу и политички функционери - истински владари у комуникационом процесу?, Прва међународна научна конференција Медији и ПР, Унија локалних јавних емитера Црне Горе и Факултет политичких наука Подгорица, Бијело поље, 2013. ISBN 978-9940-9275-4-7 COBISS.CG-ID 22495504	M34 (0,5)
15	Ненад Перић, “Branding the State as important development factor (the case of the Republic of Serbia)”, Међународна научна конференција SED 2010, ВПТШ, Ужице, 2010. ISBN 978-86-84909-69-7 COBISS.SR-ID 174005772	M34 (0,5)
16	Ненад Перић, “Значај политичког лика државе у међународним односима“, Зборник: Србија: политички и институционални изазови, Институт за политичке студије, Београд, 2008. стр: 419-430 ISBN 978-86-7419-174-3 УДК: 321.019.5(497.11) COBISS.SR-ID 154609164	M44 (2)
17	Ненад Перић, Кајтез, Илија, “Идеологија и пропаганда као масмедијска средства геополитике и њихов утицај на Србију”, Национални интерес, 2/2013 год. IX vol. 17, Институт за политичке студије, Београд, стр: 173-189	M51 (3)
18	Ненад Перић, Мирјана Миловановић, Ана Бован, Интегрисане маркетинг комуникације у породичним фирмама, Маркетинг, 3/2013. Vol. 44., стр: 274-285 ISSN 0354-3471 УДК 339+658 COBISS.SR-ID 749828	M51 (3)
19	Ненад Перић, Ана Стевановић, “Менаџери за односе с јавношћу и политички функционери-истински владари у комуникационом процесу”, Култура, бр. 139, год. 2013. стр: 273-285 ISSN 0023-5164 УДК316.7 COBISS.SR-ID 8472066	M51 (3)
20	Ненад Перић, “Промене политичког маркетинга-комуницирања, идеологија и њихов утицај на друштво”, Национални интерес, 1-3/2009 год. V, vol. 6, Институт за политичке студије, Београд, стр: 233-245 ISSN: 1820-4996 УДК 323.1 (=163.40) УДК: 322:316.77 COBISS.SR-ID 177869580	M51 (3)
21	Ненад Перић, “Евалуација медијског и ПР деловања”, Политичка ревија, бр. 4/2008 год. (XX)VII vol=18, Институт за политичке студије, Београд, стр: 1331-1352 ISSN 1451-4281 УДК 1+2+3+32+9 УДК: 316.774:32.019.5 COBISS SR-ID 105060364	M51 (3)
22	Ненад Перић, “Медијска политика, информисање јавности, масовно комуницирање и пропаганда као средства међународне политике и идеологије”, Национални интерес, 1-3/2008 год. IV, vol. 4, Институт за политичке студије, Београд, стр: 169-182 ISSN 1820-4996 УДК 323.1 (=163.40) УДК: 316.77:327 COBISS.SR-ID 177733644	M51 (3)
23	Ненад Перић, Мирјана Миловановић, “Effects Of Sales Promotion Activities Upon Entering The Famous Brand In A New Market”, Анали пословне економије бр. 9, Бања Лука, стр: 152-161 DOI: 10.7251/APE09 УДК:339.138 COBBIS.BH-ID: 3986968	M52 (2)
24	Ненад Перић, Александар Лијаковић, “Могућности унапређења маркетиншког наступа одбрамбене индустрије Републике Србије на глобалном тржишту НВО“, Војно дело, бр. 3/2012 година LXIII, Министарство одбране Републике Србије, Београд, стр: 362-371 ISSN 0042-8426 УДК 355/359 УДК 339.138:623.4(497.11:100)	M52 (2)
25	Ненад Перић, “Односи са јавношћу и кризи ПР са погледом на ВС“, Војно дело, бр. 2/2010 година LXII, Министарство одбране Републике Србије, Београд, стр: 317-330 ISSN 0042-8426 УДК 355/359 УДК 351.862.21(497.11) COBISS.SR-ID: 180026380	M52 (2)
26	Ненад Перић, “Војска Србије као марка-појам брэнда и процес брэндирања“, Војно дело, бр. 2/2008 година LX, Министарство одбране Републике Србије, Београд, стр: 127-135 ISSN 0042-8426 УДК 355/359 УДК 355.1 (497.11) : 659.4 COBISS.SR-ID: 157464076	M52 (2)
27	Ненад Перић, “Представљање зборника Србија на прагу Европске уније“, Национални интерес, 1/2011 год. VII vol., Београд, стр: 396-403 ISSN: 1820-4996 УДК 323.1 (=163.40) COBISS.SR-ID 125448460	M54 (0,5)
28	Ненад Перић, Нова метода класификације истраживања у оглашавању, презентована у магистарском раду и књизи Планирање медија и медијских кампања, Чигоја штампа и Аутор, Београд, 2008., стр 54-55 ISBN: 978-86-7558-575-6 (ČŠ) COBBIS.SR-ID 148214028	M85 (2)
29	Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, “Смешна страна ПРа”, мултимедијална изложба, ДКСГ, Београд, март 2013. <a href="http://www.dksg.rs/oneEventDisplay.php?id=1544">http://www.dksg.rs/oneEventDisplay.php?id=1544</a>	M93 (3)
30	Ненад Перић, “Добар, лош...”, изложба о медијским кампањама, Међународни културни центар, Београд, новембар 2008.	M93 (3)

**Збирни подаци научне активност наставника**

Укупан број цитата, без аутоцитата

Укупан број радова са SCI (или SSCI) листе	2	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи	Међународни
Усавршавања: ВШМУ-Факултет за филм и телевизију, Братислава, специјализација медија и продукције		
<p>Други подаци које сматрате релевантним:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Декан Факултета дигиталних уметности Универзитета Метрополитан од 1. јануара 2013 године</li> <li>- Члан Сената Универзитета Метрополитан од 2011 године</li> <li>- Практикум и књига (са измењеним и проширеним реиздањем у 2011): Ненад Перић, Невена Красуља, Ивана Гујаница, “Медијске, ПП и бренд тенденције”, Чигоја штампа и Аутори, Београд, 2010. ISBN: 978-86-7558-752-1 COBISS.SR-ID 176667919</li> <li>- Књига: Ненад Перић, “Планирање медија и медијских кампања”, Чигоја штампа и Аутор, Београд, 2008. ISBN: 978-86-7558-575-6 (ČŠ) COBBIS.SR-ID 148214028</li> <li>- Рецензент уџбеника “Принципи маркетинга у исхрани” аутора Милице Васиљевић Благојевић, Висока здравствена школа струковних студија, новембар 2012.</li> <li>- Од 18-те до 29-те и првог наставничког ангажмана стално запослен као: ПП менаџер, маркетинг менаџер, бренд менаџер и директор маркетинга</li> <li>- Од 29-те ангажован и као стручни консултант за маркетинг и односе с јавношћу у више фирми</li> <li>- Редовни члан СеМа (Српско удружење за маркетинг)</li> <li>- Више забележених ТВ и радијских гостовања и интервјуа за штампу-као стручњак за медије и ПП</li> <li>- Одржао више трибина на тему медија, односа с јавношћу и њиховог утицаја на друштво и сл. у Београду: током 2008 (по две у: Дому омладине Београд, ДКСГ и Библиотеци града Београда), и једну током 2010 и 2011 у ДКСГ</li> <li>- Током 2011 и 2012 подржао пројекте НВО Видо и гостовао у њима као стручњак за медије</li> <li>- Стални саветник за питања маркетинга, брендирања и односа с јавношћу: Манга Травел, Београд</li> <li>- Ненад Перић: “Закон о оглашавању поспешује креативност“, Табоо, јун-август бр. 19/20, 2005</li> <li>- Ненад Перић: “Планирање медија-стање и перспективе“, Табоо, април, бр. 18, 2005</li> </ul>		