

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА
11000 Београд, Јове Илића 154

Изборном већу Факултета организационих наука
Универзитета у Београду

Предмет: Извештај Комисије о пријављеним кандидатима за избор у звање **ванредног професора** за ужу научну област **Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације**

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука 05-02 бр. 4/91-1 од 15.11.2023. године именовани смо за чланове Комисије за припрему Извештаја о пријављеним кандидатима по конкурс за избор једног наставника у звање ванредног професора на одређено време од пет година, са пуним радним временом за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, у следећем саставу:

1. Проф. др Славица Цицварић Костић, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, ужа научна област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације – председник
2. Проф. др Велимир Штавланин, редовни професор Факултета организационих наука Универзитета у Београду, ужа научна област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације – члан
3. Проф. др Саша Вељковић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Београду, ужа научна област Пословна економија и менаџмент – маркетинг и маркетинг услуга – члан.

Након увида у конкурсни материјал, Комисија подноси Изборном већу и Декану Факултета организационих наука Универзитета у Београду следећи

ИЗВЕШТАЈ

Одлуком Изборног већа Факултета организационих наука Универзитета у Београду 05-02 бр. 4/91 од 15.11.2023. године, расписан је конкурс за избор једног наставника у звање ванредног професора, на одређено време од пет година, са пуним радним временом, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

На конкурс који је објављен у огласним новинама Националне службе за запошљавање "Послови" бр. 1067 од 22.11.2023. године, са роком трајања од 15 дана, у предвиђеном року, пријавио се један кандидат, и то: **др Милан Окановић**.

I Биографски подаци о кандидату

Др Милан Окановић рођен је 3.10.1983. године у Београду, где је завршио основну школу и гимназију. Запослен је на Факултету организационих наука Универзитета у Београду од 2007. године. Студије на Факултету организационих наука Универзитета у Београду уписао је 2002, а дипломирао је 2007. године. образовање је наставио исте године на мастер академским студијама, на студијском програму Менаџмент и остварио је просечну оцену 9,43. Мастер рад под називом „Утицај стејхолдера на корпоративни бренд“ одбранио је 2009. године. Исте године је уписао докторске студије на Факултету организационих наука, изборно подручје Информациони системи и менаџмент. На докторским студијама положио је све испите предвиђене планом докторских студија са просечном оценом 10. Докторску дисертацију на тему „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ одбранио је 27. септембра 2016. године и стекао звање доктора техничких наука – подручје организационих наука. Кандидат др Милан Окановић говори, чита, пише и предаје на енглеском језику - напредни ниво.

II Педагошко искуство и научно-стручне активности

Радно искуство и наставне активности

Од 2007. године кандидат др Милан Окановић запослен је на Факултету организационих наука, као сарадник у настави, а од 2009. године као асистент за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Од 2016. године радио је као стручни сарадник у Центру за истраживање тржишта на Факултету организационих наука. Од 2017. године ради као доцент на Факултету организационих наука, на Катедри за маркетинг менаџмент и односе с јавношћу.

На Факултету организационих наука учествовао је у извођењу наставе на предметима на основним академским студијама: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг и изборним предметима у оквиру уже научне области (Маркетинг истраживање, Односи с медијима и Истраживање тржишта). На мастер академским студијама изводио је наставу на предметима Предузетнички маркетинг, Бренд менаџмент, Примењена маркетинг истраживања, Медијске комуникације и Односи с јавношћу. У новом акредитационом циклусу, почев од 2021. године, на мастер академским студијама учествује у извођењу предмета Стратешки бренд менаџмент и Предузетнички маркетинг и комуникације.

На заједничком студијском програму мастер академских студија, „Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији“, Факултета организационих наука и Електротехничког факултета Универзитета у Београду, изводио је наставу на предмету Маркетинг и продаја у дигиталном окружењу.

У оквиру Мултидисциплинарних студија при Универзитету у Београду, изводио је наставу на предмету Друштвени медији и дигиталне маркетиншке кампање у оквиру студијског програма Рачунарство у друштвеним наукама.

На међународним мастер студијама Менаџмент у управи (*Joint Master Programme: Management in Administration*), које је Факултет организационих наука изводио у сарадњи са Факултетом за управу Универзитета у Љубљани, изводио је наставу на предмету Односи с јавношћу.

На мастер програму из Управљања пословањем (*Executive MBA*) учествовао је извођењу наставе на предмету Стратешки маркетинг и комуникације.

Као гост предавач изводио је наставу на Економском факултету Универзитета у Ријеци, Хрватска, на специјалистичким студијама Маркетинг менаџмент, на предмету Корпоративне комуникације. Такође као гост предавач, изводио је наставу и на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Северна Македонија, на магистарским студијама Управљање стратегијским комуникацијама, на предмету Бренд и креативна стратегија.

Био је предавач на програму преквалификације вишка војног кадра *PRISMA - Program for Resettlement in Serbia and Montenegro Army* под покровитељством Министарства одбране Уједињеног Краљевства Велике Британије и Северне Ирске. Учествовао је и у реализацији наставе на предмету Маркетинг у оквиру заједничких студија Факултета организационих наука и Војне академије.

Од 2013. до 2019. године, др Милан Окановић био је ангажован као члан извршног одбора међународног студенског такмичења у решавању пословних студија случаја, „*Belgrade Business International Case Competiton*“ које је сваке године окупљало студентске тимове са више универзитета и пословних школа из целог света.

Од 2015. до 2017. године радио је на успостављању Истраживачко-развојног центра на Факултету организационих наука, као месту за развој савремених практичних знања и вештина студената, кроз едукацију и истраживачко-развојне пројекте креиране у сарадњи са партнерским организацијама. Од 2023. године Милан Окановић је Председник Скупштине Научно-технолошког парка Београд.

Др Милан Окановић је суоснивач стартап компаније *Virtual Properties Solutions* д.о.о. која се бави развојем иновативног решења за виртуелну презентацију и управљање односима с купцима у грађевинској индустрији и индустрији некретнина. Такође, Милан Окановић је члан тима за маркетинг и комуникације у компанији *TestMaster Solutions* д.о.о. која развија софтверско и организационо решење за тестирање кандидата.

Др Милан Окановић је оснивач веслачког клуба „Београдски универзитет“ у којем је од 2006. године ангажован волонтерски. Тренутно је ангажован на функцији Председника Клуба. Члан је комисије за међународну сарадњу Олимпијског комитета Србије.

Оцена педагошког рада

У анонимним вредновањима педагошког рада наставника, која су спроведена на Факултету организационих наука, др Милан Окановић оцењен је високим оценама од стране студената, о чему постоји писана евиденција на Факултету организационих наука (табела 1).

Табела 1 Оцена педагошког рада кандидата др Милана Окановића

Школска година	Предмет	Просечна оцена	Број студената
2014/2015	Маркетинг	4,69	47
	Маркетинг истраживање	4,96	11
2015/2016	Маркетинг истраживање	4,85	18
2016/2017	Маркетинг	4,69	94
	Односи с јавношћу	4,78	13
2017/2018	Маркетинг	4,78	73
	Односи с јавношћу	4,75	45
2018/2019	Маркетинг	4,90	32
2019/2020	Маркетинг	4,50	21
2021/2022	Стратешки маркетинг	4,84	5
	Маркетинг	4,82	14
2022/2023	Односи с јавношћу	4,90	12
	Маркетинг	4,84	17

Менторства и чланства у комисијама

Кандидат др Милан Окановић био је ментор на 26, а члан комисије на 45 завршних радова кандидатима на мастер академским студијама на Факултету организационих наука (потврда у прилогу).

Кандидат др Милан Окановић био је члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације на Католичком универзитету у Лувену (Белгија) под насловом „*Advertising Human(nes)s Empirical Integration of Anthropomorphism and Dehumanization*” (<https://www.doctoralschoolofmanagement.be/documents/FNRS-Report-2019.pdf>, страна 99-100)

Цитираност

Кандидат др Милан Окановић остварио је следећу цитираност:

- **Google Scholar 235 (h index 5, i10-index 4)**

извор: <https://scholar.google.com/citations?user=Awzkle8AAAAJ&hl=en>,
приступљено 4.12.2023,

- **ResearchGate 158 (h-index 5)**

извор: <https://www.researchgate.net/profile/Milan-Okanovic/stats>
приступљено 4.12.2023,

- **Scopus 85 (h-index 3)**

извор: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55884739600>,
приступљено 4.12.2023.

Чланства у научним и организационим одборима, научним и стручним организацијама

Др Милан Окановић био је члан организационог одбора међународног симпозијума *Symorg 2012* и *Symorg 2014*. године, као и међународне конференције *Danube Cup 2023 - Conference on Entrepreneurship Education* у организацији Факултета организационих наука.

Руковођење и учешће у научним и стручним пројектима

Др Милан Окановић, као руководиолац или члан тима, учествовао је у следећим научним и стручним пројектима (изабрана листа из последњих пет година):

- *Advanced Data Analytics in Business – ADA* (EACEA 598829-EPP-1-2018-1-RS-EPPKA2-CBHE-JP). Пројекат подржан стране Европске комисије у оквиру Еразмус+ програма, са циљем развоја и имплементације мастер студијских програма у област напредне анализе података на три универзитета у Србији, сарадник, 2021-2022. (<https://www.ada.ac.rs/>)
- *Building Innovation Funnel - Venture an Idea* (DSI/BIF/2021/001), међународни пројекат Иницијативе Дигитална Србија и Факултета организационих наука са партнерима, подржан од стране Америчке агенције за међународни развој (USAID), руководиолац пројектних активности ФОН-а, 2021-2025. (<https://www.preduzmi.rs/>)
- Унапређење маркетиншког приступа пословању кроз кокреирање вредности (uniri-drustv-18-235-1399), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија, Словенија), члан тима, 2019-2021. (https://www.efri.uniri.hr/hr/unaprjedenje_marketinskog_pristupa_poslovanju_kroz_sukreiranje_vrijednosti/1305/259).
- Кокреирање вредности као нова парадигма пословних оријентација (ZP 9/2017), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија), члан тима, 2017-2019. (https://www.efri.uniri.hr/hr/sukreiranje_vrijednosti_kao_nova_paradigma_poslovnih_orijentacija/1507/262).
- Инфраструктура за електронски подржано учење у Србији (III-47003), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, сарадник, 2018-данас
- *University to Society Innomediaries in Albania: Co-Production of knowledge and research that matters – U-SIA* (618997-EPP-1-2020-1-AL-EPPKA2-CBHE-JP), Пројекат изградње капацитета у високом образовању који финансира Еразмус+ програм Европске уније, предавач, 2021-2023. (<https://usia.al/>)
- Развој и имплементација стратегије промоције студијских програма Мултидисциплинарних мастер академских и докторских Студија при Универзитету у Београду, руководиолац тима, 2018-2020.

Предавања по позиву

Кандидат др Милан Окановић, 2016. године, одржао је предавање по позиву на 20. интернационалном симпозијуму из пројектног менаџмента, тема „Тајна успеха стартап пројектата“, у организацији удружења за управљање пројектима Србије (YUPMA).

Такође, 2014. године одржао је предавање по позиву, тема „*Start маркетинг UP*“ на округлом столу који је одржан на Економском факултету Универзитета у Нишу, у организацији Српског удружења за маркетинг.

Чланство у стручним органима или комисијама на Факултету

Др Милан Окановић био је члан Већа основних академских студија у периоду од 2019 до 2020. године. Заменик је председника Комисије студијског програма Стратешки маркетинг и комуникације на мастер академским студијама (2021-данас).

Додатно искуство у педагошком раду

Др Милан Окановић је члан менторског тима у оквиру *Case Study Club*-а на Факултету организационих наука. Као ментор припремао је и водио је студентски тим 2018. године на међународном такмичењу у иновацијама, *Loreal Brandstorm Paris* у Француској. Такође, припремао је и водио студентски тим на међународно такмичење у решавању пословних студија *CBS – Case Competition* у оквиру Копенхаген пословне школе у Данској.

У периоду од 2009. до 2012. године припремао је и водио студентске тимове Факултета организационих наука на такмичење „Менаџеријада“ који су освајали прва места у категорији „квиз знања“.

У оквиру програма *Skills@Work Challenge* у организацији *Junior Achievement Young Enterprise Europe* и *British Council* 2009. године био је ментор за младе таленте из средњих школа. Био је члан жирија на локалном *Case study* такмичењу за студенте ФОН-а 2008. године. Био је члан жирија на такмичењу Хакатон 2015. у организацији студентске организације ФОНИС. Учествовао је у радионицама које су организовале студентске организације, Центар за развој каријере ФОН-а 2014. године, као и AIESEC 2016. године.

III НАУЧНИ, СТРУЧНИ И ДРУГИ РАДОВИ

1. ЗАВРШНИ РАДОВИ

- 1.1. „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“, докторска дисертација, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2016.
- 1.2. „Утицај стејхолдера на корпоративни бренд“, мастер теза, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2009.
- 1.3. „Примена алтернативних горива у аутомобилској индустрији као допринос одрживом развоју“, дипломски рад, Факултет организационих наука, Универзитет у Београду, Београд, 2007.

2. НАУЧНЕ ПУБЛИКАЦИЈЕ

- 2.1. **Монографије, монографске студије, тематски зборници, лескикографске и картографске публикације међународног значаја (M10)**

После избора у звање доцента

- 2.1.1. Okanović M.Ž., Jevtić M.V., Stefanović T.D. (2021) *Organizational Changes in Development Process of Technology Startups*. поглавље у монографији: *Experimental and Computational Investigations in Engineering*. vol 153. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58362-0_13 (M14)

2.2. Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)

После избора у звање доцента

- 2.2.1. Milosavljević, M., Okanović, M., Cicvarić Kostić, S., Jovanović, M., & Radonić, M. (2023). *COVID-19 and Behavioral Factors of e-Payment Use: Evidence from Serbia*. *Sustainability*, 15(4), 3188. DOI: 10.3390/su15043188 IF (2022):3,9 (M22)
- 2.2.2. Okanović, M., Milosavljević, M., Kostić, S. C., & Dlačić, J. (2023). *Embryonic tech ventures' orientation and performance*. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*. DOI: <https://doi.org/10.7595/management.fon.2023.0008> (M24)
- 2.2.3. Vlastelica T., Cicvarić Kostić S., Okanović M., Milosavljević M. (2018). *How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Reputation? The evidence from an emerging market*, *JEEMS - Journal of East European Management Studies*, 23(1): 6-25, ISSN 0949-6181, ISSN online: 0949-6181, DOI: 10.5771/0949-6181-2018-1-10, IF(2020): 0.821 (M23)
- 2.2.4. Jovanović M., Dlačić J., Okanović M., (2018). *Digitalization and society's sustainable development - Measures and Implications*, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: Časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 36(2), pp. 905-928, ISSN: 1331-8004, DOI: 10.18045/zbefri.2018.2.905, IF(2017): 0.455 (M23)

Пре избора у звање доцента

- 2.2.5. Cicvarić Kostić, S., Okanović, M., Milosavljević, M., Vukmirović, J. (2013). *Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia*, *TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 40E, 22-34, Print ISSN 1842-2845, Online ISSN 2247-8310, IF(2020)=0.742 (M23)

2.3. Радови објављени у зборницима међународних научних скупова (M30)

После избора у звање доцента

- 2.3.1. Jovanović, M., Dlačić, J., Okanović, M., (2018). *How Does the Digitalization Impact Society's Sustainable Development? Measures and Implications*, *Proceedings of International Scientific Conference "Economics of Digital Transformation"*, pp. 299 - 316, May 2- 4. 2018, Rijeka, Croatia, pp. 299-316, ISBN 978-953-7813-45-1 (M33)



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

- 2.3.2. *Cicvarić Kostić, S., Ivanović, A., Okanović, M. (2018) Influencer marketing in a social media context, XVI International Symposium SYMORG 2018 "Doing Business in the Digital Age: Challenges, Approaches and Solutions", 7-10. јун 2018, Златибор, Србија, 521-526, ISBN 978-86-7680-361-3 (M33)*
- 2.3.3. *Okanović, M., Smiljić, T., Cicvarić Kostić, S. (2018) The analysis of content used in political campaigns: does context matter? XVI International Symposium SYMORG 2018 "Doing Business in the Digital Age: Challenges, Approaches and Solutions", 7-10. јун 2018, Златибор, Србија, 603-608, ISBN 978-86-7680-361-3 (M33)*
- 2.3.4. *Todorović, I., Okanović, M., Cicvarić Kostić S., Pihir, I. & Marič, M. (2023). Exploring Student Entrepreneurship in Central and Eastern Europe: A Cross-Country Comparative Study of Entrepreneurial Mindset. In: Čudanov, M., Huszak, L., & Marinković, S. (Eds.) Book of abstracts of 2nd International Danube Cup Conference on Entrepreneurship Education (IDC2E22023). pp. 115-117. University of Belgrade, Faculty of Organizational Sciences, 24th-25th November, Belgrade. (M34)*
- 2.3.5. *Eferica, N., Cicvarić Kostić, S., Okanović, M. (2022). Digital performance of leading fashion brands. XVIII International symposium Sustainable business management and digital transformation: challenges and opportunities in the post-covid era, 312-313, 11-14. Јун 2022, Београд, Србија, ISBN 978-86-7680-411-5, COBISS.SR-ID 68451849 (M34)*

Пре избора у звање доцента

- 2.3.6. *Okanović M., Anđelković J., Stefanović T., (2016) „Supporting development of technological startups through mentoring“, XIV International Symposium Symorg 2016 "Reshaping the Future through Sustainable Business Development and Entrepreneurship", Златибор, Србија, 10-13 јун 2016. ISBN:978-86-7680-326-2 (M33)*
- 2.3.7. *Okanović M., Stefanović T., Sužnjević M., (2014) „New media in internal communication“ XIII International Symposium Symorg 2014 "New Business Models and Sustainable Development", Златибор, Србија (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-295-1, стр. 258-265. (M33)*
- 2.3.8. *Milošević M., Pavlović S., Okanović M. (2012), „Key aspects in branding agricultural products“ XIII International Symposium Symorg 2012 "Innovative Management & Business Performance", Златибор, Србија, (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-255-5, стр. 1156-1163. (M33)*
- 2.3.9. *Jovanović M., Okanović M., Stanković A., (2012) „Managerial stress in auditing companies“. XIII International Symposium Symorg 2012 "Innovative Management & Business Performance", Златибор, Србија, (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-255-5, стр. 357-366. (M33)*
- 2.3.10. *Žarkić Joksimović N., Milosavljević M., Okanović M. (2012) „Graduates and Entrepreneurship: The Role of University Business Incubators in Serbia“. La Universidad*



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

por el Desarrollo Sostenible, 8vo Congreso Internacional de Educación Superior, de La Habana, Куба, 2012, ISBN: 978-959-1614-34-6, pp. 1855-1864. (M33)

- 2.3.11. *Damnjanović V., Cicvarić S., Okanović M., Novčić B. (2009), "Teaching using the case study method: challenges for teachers and students", Proceedings of the First International Scientific Conference - Gifted and Talented Creators of the Progress, Охрид, Македонија, 16-17. октобар 2009, COBISS.MK-ID 18467649, стр. 146-153. (M33)*
- 2.3.12. *Okanović M., Jevtić M., Stefanović T. (2019). Organizational changes in development process of technology startups, Proceeding of the International Conference of Experimental and Numerical Investigations and New Technologies CNN TECH 2019, 2-5. July 2019, Zlatibor, Serbia, pp. 70-71, ISBN: 978-86-6060-009-9 (M34)*
- 2.3.13. *Milanović, N., Filipović, V., Cicvarić Kostić, S., Vlastelica Bakić, T., Okanović, M., Ješić, M. (2014). „The Key Determinants of Efficient University - Business Collaboration“, IFSAM International Federation of Scholarly Associations of Management, World Congress in Tokyo: "Management in Crisis", 2-4. септембар 2014, Токио, Јапан, 72. (M34)*

2.4. Радови објављени у националним монографијама, тематским зборницима, лексикографске и картографске публикације националног значаја; научни преводи и критичка изградња грађе, библиографске публикације (M40)

- 2.4.1. *Eferica, N., Cicvarić Kostić, S., Okanović, M. (2023). Analiza digitalnog nastupa vodećih modnih brendova , In: Održivo upravljanje poslovanjem: inovacije, softver i komunikacije, Editors: Stošić, B., Lazarević, S. & Kostić-Stanković, M., Beograd: FON, ISBN: 978-86-7680-423-8, pp. 361-380. (M43)*

2.5. Радови објављени у научним часописима националног значаја (M50)

Пре избора у звање доцента

- 2.5.1. *Дамњановић В., Матовић В., Цицварић Костић С., Окановић М. (2013). „Улога друштвене мреже LinkedIn у изградњи личног имиџа појединца“, Management - часопис за теорију и праксу менаџмента, 2012, бр. 65, стр. 15-24 (M51)*
- 2.5.2. *Cicvarić Kostić, S., Okanović, M., Filipović, V., Damnjanović, V., Vukmirović, J. (2011). Employees' and Citizens' Perception of Marketing Communications in Serbian Municipalities, International Journal of Marketing Principles and Practices, 1(1), 1-9, ISSN 1927-1689 (M52)*
- 2.5.3. *Дамњановић В., Окановић М. (2011). "Менаџмент односа с купцима у продаји: Ставови менаџера компанија у Србији", Инфо М, Vol. 37, ISBN: 1451-4397, стр. 4-8. (M52)*

2.6. Радови објављени у зборницима радова са скупова националног значаја (М60)

После избора у звање доцента

- 2.6.1. Симић, М., Окановић, М., Комазец, С., & Тодоровић, И. (2023). Промене на тржишту мобилних оператера: изазови ребрендирања. XIV скуп привредника и научника СПИН '23 "Дигитални и зелени развој привреде", 6-7. новембар 2023., Београд, Србија (М63) (зборник радова у припреми)
- 2.6.2. Окановић, М., Цицварић Костић, С., Стефановић, Т. (2017) Концепт и димензије предузетничко-маркетиншке оријентације, XXI Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "Развој пројектног менаџмента - савремене тенденције и методологије", 2-4. јун 2017, Златибор, Србија, 245-249, ISBN 978-86-86385-14-7 (М63)

Пре избора у звање доцента

- 2.6.3. Окановић М., Цицварић С., Властелица Бакић Т., (2015) „Улога купаца у развоју технолошких предузетничких подухвата“ X Скуп привредника и научника, СПИН'15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 542-548 (М63)
- 2.6.4. Стефановић Т., Окановић М., Дамњановић В. (2015) „Појам и карактеристике технолошког предузетништва“, X Скуп привредника и научника, СПИН'15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 195-202 (М63)
- 2.6.5. Властелица Бакић, Т., Цицварић Костић, С., Окановић, М. Значај управљања знањем у релационом маркетингу, XVI Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA “У сусрет економији знања – управљање пројектима знања“, 18-20. мај 2012, Златибор, Србија, 449-453, ISBN 978-86-86385-09-3 (М63)
- 2.6.6. Окановић, М., Цицварић Костић, С., Милосављевић М. Комуникациони аспект пројеката јавне управе ка кључним корисницима услуга. XV Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Пројектни менаџмент у Србији – успеси и могућности“, 10-12. јун 2011, Златибор, Србија, 235-239, ISBN 978-86-86385-08-6 (М63)
- 2.6.7. Деура Н, Окановић М, Властелица Бакић Т. (2011) „Комуникацијски пројекат као основ сарадње агенције и клијента“, XV интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA „Пројектни менаџмент у Србији – успеси и могућности“, Златибор, Србија, ISBN 978-86-86385-08-6, стр. 255-259. (М63)
- 2.6.8. Окановић, М., Милосављевић, М., Цицварић, С. „Лични имиџ у контексту социјалних мрежа“, XII међународни симпозијум SymOrg 2010 „Организационе науке и менаџмент знања“, Златибор, 9-12. јун 2010. (ЦД издање) ISBN 978-86-7680-216-6 (М63)



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

- 2.6.9. Филиповић В., Дамњановић В., Окановић М., Жувела, З. (2009), "Маркетинг комуникација и медији у функцији изградње бренд идентитета апотекарског сектора Србије", Друга међународна конференција, Маркетинг у фармацији, Суботица, Србија (М63)
- 2.6.10. Новчић Б., Филиповић В., Окановић М., Дамњановић В. (2009), "Примена стратегије релационог маркетинга у аутомобилској индустрији", SPIN 09, VII Скуп привредника и научника: Операциони менаџмент и глобална криза, ISBN 978-86-7680-202-9, стр. 61-66. (М63)
- 2.6.11. Окановић М., Новчић Б., Јовић М. (2009), "Strategic marketing approach in high education", XIII Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента „Пројектни менаџмент – визија и стратешки циљеви“, Златибор, Србија, ISBN 978-86-868385-04-8, стр. 351-355. (М63)
- 2.6.12. Окановић М., Петровић Н, "Еколошка срећа и фактори еколошке среће", V скуп научника и привредника СПИН „Инжењеринг производње и услуга: примери из праксе“, Београд, ISBN 978-86-7680-131-2, стр. 275-278. (М63)
- 2.6.13. Окановић М., Гајић Б., Адамовић Ђ. (2006) "Стратешки маркетинг план компаније Делта Спорт", X Интернационални симпозијум SymOrg „Промене у организацији и менаџменту“, Златибор, Србија, (ЦД издање) (М63)

3. ОСТАЛЕ НАУЧНЕ И СТРУЧНЕ ПУБЛИКАЦИЈЕ

3.1. Уџбеник, практикум, збирка задатака или поглавље у публикацији те врсте са више аутора

После избора у звање доцента

- 3.1.1. Цицварић Костић, С., Окановић, М., Милосављевић, М. (2023). Стартапи у фокусу: лекције из домаћег стартап екосистема, Београд: ФОН, ISBN 978-86-7680-429-0
- 3.1.2. Госпић, Н., Вучковић, Д., Филиповић, В., Цицварић Костић С., Окановић, М. (2019). Смернице за развој женског дигиталног предузетништва, Београд: Академска мисао, ISBN 978-86-7466-797-2
- 3.1.3. Поповић, О., Филиповић, В., Цицварић Костић С., Окановић, М. (2018). Приручник за дигиталне предузетнице, Београд: Академска мисао, ISBN 978-86-7466-757-6

3.2. Пројекти, софтвер, друго

После избора у звање доцента

- 3.2.1. *Advanced Data Analytics in Business – ADA* (EACEA 598829-EPP-1-2018-1-RS-EPPKA2-SBHE-JP). Пројекат подржан стране Европске комисије у оквиру Еразмус+ програма, са циљем развоја и имплементације мастер студијских програма у област напредне



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

анализе података на три универзитета у Србији, сарадник, 2021-2022.
(<https://www.ada.ac.rs/>)

- 3.2.2. *Building Innovation Funnel - Venture an Idea* (DSI/BIF/2021/001), међународни пројекат Иницијативе Дигитална Србија и Факултета организационих наука са партнерима, подржан од стране Америчке агенције за међународни развој (USAID), руководилац пројектних активности ФОН-а, 2021-2025. (<https://www.preduzmi.rs/>)
- 3.2.3. Унапређење маркетиншког приступа пословању кроз кокреирање вредности (unirdrustv-18-235-1399), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија, Словенија), члан тима, 2019-2021.
(https://www.efri.uniri.hr/hr/unaprjedenje_marketinskog_pristupa_poslovanju_kroz_sukreiranje_vrijednosti/1305/259).
- 3.2.4. Кокреирање вредности као нова парадигма пословних оријентација (ZP 9/2017), Универзитет у Ријеци (Хрватска, Србија), члан тима, 2017-2019
(https://www.efri.uniri.hr/hr/sukreiranje_vrijednosti_kao_nova_paradigma_poslovnih_orijentacija/1507/262).
- 3.2.5. Инфраструктура за електронски подржано учење у Србији (III-47003), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, сарадник, 2018-данас
- 3.2.6. Примена мултимодалне биометрије у менаџменту идентитета (TP-32013), Министарство просвете, науке и технолошког развоја, сарадник, 2011-2018.
- 3.2.7. *University to Society Innomediaries in Albania: Co-Production of knowledge and research that matters – U-SIA* (618997-EPP-1-2020-1-AL-EPPKA2-CBHE-JP), Пројекат изградње капацитета у високом образовању који финансира Еразмус+ програм Европске уније, предавач, 2021-2023. (<https://usia.al/>)
- 3.2.8. Развој и имплементација стратегије промоције студијских програма Мултидисциплинарних мастер академских и докторских Студија при Универзитету у Београду, руководилац тима, 2018-2020.
- 3.2.9. Ефективна комуникација у доба дигитализације, обуке за руководиоце у Телекому Србија, предавач, 2018, 2019.
- 3.2.10. Развој и имплементација стратегије дигиталне промоције студијских програма мастер студија ФОН-а, руководилац тима, 2018-2019.
- 3.2.11. Дигиталне и предузетничке вештине за жене у руралним подручјима, Удружење Једнаке могућности и *UN Women*, предавач, 2018-2019.
- 3.2.12. *LUKOWA Academie*, радионице и такмичење у решавању студије случаја за студенте Факултета организационих наука, Економског факултета и Пољопривредног факултета, *LUKOWA Food AG*, ФОН и *USAID*, члан тима, 2018, 2019 и 2021.
- 3.2.13. *Symorg Case Study Hackathon 2018*, студентско такмичење у решавању студије случаја и програмирању, руководилац пројекта, 2018.
(<http://symorg.fon.bg.ac.rs/casestudyhackathon/>)

- 3.2.14. *Innovation Award for Millennials „I AM FCA“*- пројекат унапређења искуства миленијалаца и развој иновативних идеја за аутомобилску индустрију, FCA - Фиат Крајслер Аутомобили, члан тима, 2018. (<https://www.fiatakcija.com/i-am-fca/>).

Пре избора у звање доцента

- 3.2.15. Стратегија комуникације града Панчева 2017-2020, GBP Consulting, члан тима, 2016-2017.
- 3.2.16. Оснивање Бугарско српске привредне коморе: Стратегија развоја Бугарско српске привредне коморе 2014-2019, Истраживање тржишта српске стране пограничне зоне, Истраживање потреба компанија српске стране пограничне зоне, члан тима, Пројекат суфинансиран од ЕУ преко ИПА програма, 2014.
- 3.2.17. Израда визуелног идентитета и књиге графичких стандарда за MLC Факултет за менаџмент и право, Љубљана, Словенија, 2011.
- 3.2.18. Примена међународних стандарда ИСО 9001 – основа за обезбеђење квалитета ФОН-а (члан тима), Подсистем маркетинга – Организација специјалних догађаја и Специјализовани подсистем – Организација испита, Факултет организационих наука, Београд, 2008-2010.
- 3.2.19. Израда етичког кодекса Факултета и правила пословног понашања, комуникације и облачења (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010.
- 3.2.20. Израда новог визуелног идентитета ФОН-а и књиге графичких стандарда (члан тима), Факултет организационих наука, Београд, 2009-2010.
- 3.2.21. *Skills@Work Challenge* (супервизор за јавни наступ такмичења за младе таленте из средњих школа, из девет земаља Југоисточне Европе), *Junior Achievement Young Enterprise Europe* и *British Council*, 2009.
- 3.2.22. *PRISMA – Programme for Resettlement in Serbia and Montenegro Army*, (сарадник на пројекту – предавач), Министарство одбране Велике Британије и Северне Ирске, Министарство одбране Србије, 2004-2008.

У табели 2. је дат сумарни преглед научних резултата др Милана Окановића, по категоријама радова.

Табела 2: Преглед научних публикација по категоријама радова

Име и презиме: Др Милан Окановић	Звање у које се бира: Ванредни професор		Ужа научна област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	
Научне публикације	Број публикација у којима је први или једини аутор		Број публикација у којима је аутор, али није једини или први	
	Пре последњег избора	После последњег избора	Пре последњег избора	После последњег избора
Поглавље у међународној монографији (M14)	-	1	-	-

Име и презиме: Др Милан Окановић	Звање у које се бира: Ванредни професор		Ужа научна област: Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације	
Рад у међународном часопису (M22, M23)	-	-	1	3
Рад у националном часопису међународног значаја (M24)	-	1	-	-
Рад у зборнику са међународног научног скупа објављен у целини (M33)	2	1	4	2
Саопштење са међународног скупа објављено у изводу (M34)	1	-	1	2
Рад у националној монографији (M43)	-	-	-	1
Рад у водећем националном часопису (M51)	-	-	1	-
Рад у истакнутом националном часопису (M52)	-	-	2	-
Рад у зборнику са националног научног скупа објављен у целини (M63)	6	1	5	1

4. АНАЛИЗА ОДАБРАНИХ РАДОВА

Анализа докторске дисертације

Наслов дисертације је „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“. Дисертација је написана на 222 стране, има 58 табела, 27 слика и 299 литературних навода.

У оквиру дисертације развија се свеобухватни модел маркетиншке оријентације којим се објашњава успешност процеса развоја технолошких предузетничких подухвата. Овај модел разматра утицај компонената маркетиншке и предузетничке оријентације као и компоненте непосредног и ширег окружења на дефинисани успех процеса развоја технолошких предузетничких подухвата. Резултати су засновани на примарним подацима добијеним емпиријским истраживањем.

Доприноси истраживања спроведеног у докторској дисертацији кандидата Милана Окановића могу се поделити на научне и стручне доприносе. Научни доприноси огледају се у:

- прегледу доступне академске литературе и синтези досадашњих научних и стручних знања у области технолошког предузетништва, предузетничког маркетинга, маркетиншке и предузетничке оријентације и улози стејкхолдера у развоју технолошких стартапа;
- идентификовању улоге и утицаја пословне оријентације на развој стартапа,

- дефинисаном новом теоријском конструкту успеха развоја технолошких стартапа и развоју новог начина мерења нивоа успеха,
- развоју новог свеобухватног модела утицаја маркетинга на успех технолошких стартапа;
- дефинисаном новом начину мерења учинка ментора у развоју технолошких стартапа,
- већој заступљености области маркетинга у технолошком предузетнишву кроз већ публиковане научне радове који су проистекли из докторске дисертације.

Стручни доприноси докторске дисертације огледају се у:

- примени резултата истраживања на процес развоја технолошких стартапа, идентификовањем основе за креирање вредности предузетничке понуде,
- хронолошкој систематизацији циљева у процесу развоја технолошких предузетничких подухвата,
- креирању инструмената за мерење утицаја компонената маркетиншке и предузетничке оријентације на успех развоја технолошких стартапа, што је у дисертацији и проверено на узорку технолошких предузетничких подухвата у Србији
- идентификовању нивоа утицаја окружења (конкурентност и менторство) на успех развоја технолошких предузетничких подухвата у пословној пракси;
- креирању основе за развој личних карактеристика особина појединаца који покрећу стартапе.
- примени модела у пословној пракси у циљу унапређења процеса развоја технолошких стартапа,
- доприносу домаћој стручној литератури која у овој области није у довољној мери развијена.

Друштвени доприноси докторске дисертације огледају се у идентификовању улоге бизнис оријентације у пословној одрживости, смањењу неуспеха и подстицају развоја и раста технолошких предузетничких подухвата, чиме се директно подстиче покретање нових, и развој конкурентне привреде унапређењем развоја постојећих предузетничких подухвата, додатној промоцији технолошког предузетништва и предузетничког начина размишљања

Приказ одабраних публикација након избора у звање доцента

2.1.1. *Okanović M.Ž., Jevtić M.V., Stefanović T.D. (2021) Organizational Changes in Development Process of Technology Startups.* поглавље у монографији: *Experimental and Computational Investigations in Engineering. vol 153. Springer, Cham.* https://doi.org/10.1007/978-3-030-58362-0_13 (M14)

Овај рад проучава организационе промене у процесу развоја технолошких стартапа. Организациони раст и развој подстакнути су променама које настају као резултат развоја пословања. Ове организационе промене се у теорији најчешће објашњавају као реакција на насталу кризу, која се завршава преласком из једне у другу фазу организационог развоја. Док је у теорији ова тема значајно истражена у оквиру традиционалних организационих облика, промене које настају у процесу развоја нових технолошких стартапа су недовољно истражене. У процесу постизања пословног успеха у веома турбулентном окружењу, ове привремене организације траже поновљив и скалабилан пословни модел који ће континуирано

испоручивати вредност растућем броју купаца. У процесу развоја нових технолошких стартапа, јавља се потреба за континуираним променама и усклађивањем унутар организационих елемената како би се остварили циљеви. У овом раду објашњавају се кључне промене које се дешавају у раним фазама развоја технолошких стартапа, са циљем да се разраде најважнији елементи ових промена који би требало да доведу до успешног развоја технолошких стартапа.

2.2.1. *Milosavljević, M., Okanović, M., Cicvarić Kostić, S., Jovanović, M., & Radonić, M. (2023). COVID-19 and Behavioral Factors of e-Payment Use: Evidence from Serbia. Sustainability, 15(4), 3188. DOI: 10.3390/su15043188 IF (2022):3,9*

У овом раду обрађује се утицај појединих фактора понашања који су специфични за глобалну пандемију изазвану вирусом *COVID-19* на употребу е-плаћања у Републици Србији. Будући да су новчанице и кованице неке од најчешће тргованих артикала на свету, а да је њихова тренутна употреба неодржива и многе земље покушавају да дигитализују своје платне системе. Недавна пандемија је убрзала ову транзицију. Надовезујући се на теорију нежељених последица, циљ овог чланка је да се испита утицај неких фактора специфичних за пандемију (посебно, дезинфекција руку, менталитет теорије завере и финансијска оштроумност) на садашњу и будућу употребу е-плаћања. Посебан циљ студије била је анализа ових односа у Србији (као пример друштва оријентисаног на готовину). Студија је заснована на примарним подацима прикупљеним путем упитника. Упитник је осмишљен за потребе ове студије и истраживањем је обухваћено 474 испитаника. Резултати ове студије потврђују да су варијабле изазване пандемијом статистички значајни предиктори коришћења е-плаћања. Конкретно, дезинфекција руку, менталитет завере (обрнуто) и финансијска способност позитивно утичу на тренутну и будућу употребу е-плаћања.

2.2.2. *Okanović, M., Milosavljević, M., Kostić, S. C., & Dlačić, J. (2023). Embryonic tech ventures' orientation and performance. Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies. DOI: <https://doi.org/10.7595/management.fon.2023.0008>*

Овај рад анализира значај маркетиншке и предузетничке оријентације на успех технолошких подухвата. Иако постоји велики број истраживања о утицају ових оријентација на пословни учинак, ипак, истраживање њиховог утицаја на успех високотехнолошких фирми у ембрионалној фази развоја није рађено у великој мери. Са становишта заснованог на ресурсима, ова студија је испитивала улогу маркетиншке и предузетничке оријентације на учинак нових подухвата у растућем предузетничком екосистему Србије. Студија је заснована на примарним подацима прикупљеним путем упитника и испитаних оснивача технолошких подухвата из Србије чији су подухвати или у фази истраживања и развоја или у почетној фази. Налази потврђују да и маркетиншка и предузетничка оријентација имају улогу у ембрионалној фази и током процеса покретања нове технолошке фирме. Студија је показала да маркетиншка оријентација првенствено утиче на откривање проблема, понуду вредности и дизајн производа, као и на окупљање тима. Предузетничка оријентација значајније утиче на перформансе у контексту креирања производа са основним функционалностима, прве аквизиције купаца, почетног тока прихода и улагања за следећу фазу развоја технолошког подухвата. Студија сугерише да лидери

нових подухвата морају да развију и маркетиншке и предузетничке компетенције. У почетку би требало више да улажу у активности везане за маркетиншку оријентацију, а током даљег развоја технолошког подухвата, предузетничка оријентација доводи до финализације развоја производа/услуге и његове комерцијализације. Иако ова студија пружа корисне и вредне увиде, она не одражава све концепте предузетничког успеха и већи узорак из других географских региона би био погоднији за генерализацију налаза студије. Ипак, импликације студије су веома релевантне за српски екосистем јер пословно окружење није довољно стимулативно за раст и развој нових подухвата, па се оснивачи морају ослањати на сопствене компетенције и знање.

2.2.3. *Jovanović M., Dlačić J., Okanović M., (2018). Digitalization and society's sustainable development - Measures and Implications, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: Časopis za ekonomsku teoriju i praksu, 36(2), pp. 905-928, ISSN: 1331-8004, DOI: 10.18045/zbefri.2018.2.905, IF(2017): 0.455*

Овај рад испитује везу између дигитализације и одрживог развоја и представља композитни индекс који се користи за мерење дигиталне конкурентности нација – Индекс дигиталне економије и друштва (Digital Economy and Society Index - DESI). Данашње окружење у великој мери зависи од технолошких могућности и праћење савременог технолошког развоја постаје кључно и на микро и на макро нивоу. Једна од великих револуција у савременом пословању је прелазак са традиционалних на дигиталне пословне моделе за постизање вишег нивоа конкурентности. Дигитализација је један од примарних покретача данашњег развоја. Да бисмо прихватили и применили ове промене, важно је истаћи улогу макромаркетинга у овом процесу. Неопходно је имати конкретне мере за идентификовање недостатака, добре праксе и праћење развоја. У ту сврху, Европска комисија је развила *DESI* за мерење дигиталних перформанси земаља Европске уније. Овај рад испитује *DESI* методологију и посматра како дигитални учинак ЕУ утиче на главне компоненте одрживог развоја: економску, друштвену и еколошку. Стога, рад истражује корелације *DESI* и других композитних индекса који мере компоненте одрживости. Осим тога, истраживање је испитало односе између Хофстедеових културних димензија и дигиталних перформанси. У раду се истиче важност дигитализације као још једне кључне компоненте одрживог развоја друштва.

2.4.1. *Eferica, N., Cicvarić Kostić, S., Okanović, M. (2023). Analiza digitalnog nastupa vodećih modnih brendova , In: Održivo upravljanje poslovanjem: inovacije, softver i komunikacije, Editors: Stošić, B., Lazarević, S. & Kostić-Stanković, M., Beograd: FON, ISBN: 978-86-7680-423-8, pp. 361-380.*

Предмет истраживања у овом раду је анализа дигиталног наступа модних компанија путем различитих дигиталних канала, који представља незаобилазан део пословног наступа у савременом окружењу. Сврха истраживања била је стицање увида у успешну праксу највреднијих модних брендова, коју би други брендови могли да примене у изградњи и одржавању бренда у онлајн окружењу. Истраживање укључује анализу релевантног теоријског оквира и квантитативну и квалитативну анализу онлајн активности и наступа девет водећих модних брендова према Интербренд-овој листи најбољих глобалних брендова за 2020. годину.

Анализом су обухваћени број и врста дигиталних канала, релевантне метрике, као и садржај који брендови објављују путем њих. Дигитални канали који су били укључени у анализу су веб-сајтови брендова, профили/канални брендова на друштвеним мрежама и брендиране апликације. На основу постојеће литературе и анализе дигиталног наступа водећих модних брендова идентификовани су основни принципи успешног дигиталног наступа модних брендова. Укључују препоруке у погледу потенцијала различитих дигиталних канала који се могу користити, учесталости објављивања, типа и формата садржаја за сваки од тих канала. На основу истраживања доказано је да ови принципи воде ка успешном дигиталном наступу.

3.1.1. *Цицварић Костић, С., Окановић, М., Милосављевић, М. (2023). Стартапи у фокусу: лекције из домаћег стартап екосистема, Београд: ФОН, ISBN 978-86-7680-429-0*

Ова књига анализира искуства оснивача успешних стартапа у Србији. Стартапи имају изузетан значај за економију једне земље, пре свега због њихове способности да стварају иновативне производе и утичу на промене у привреди. Њихов успех није мерљив само кроз број запослених, базу нових купаца или остварен приход, већ представља предводничку снагу технолошких и економских промена. Стартапи имају потенцијал да позитивно утичу на друштво, доносећи оптимизам и инспирацију другима. Иако је српски екосистем још увек у почетним фазама развоја, најновији Стартуп Геноме извештај истиче да су Београд и Нови Сад препознати као локални екосистеми са значајним економским утицајем. Пореске олакшице и међународна повезаност су додатни фактори који привлаче покретаче стартапа да оснивају своје компаније и послују у овим градовима. Стратешке одлуке које доносе покретачи технолошких стартапа имају велики утицај на успех и одрживост како њихових пословних модела, тако и на развој целокупног предузетничког екосистема у земљи. Из тог разлога, ова књига има за циљ да пружи важан увид у искуства оснивача успешних стартапа у Србији који развијају своје пословање у локалном пословном амбијенту. Кроз детаљно описане студије случаја, представљени су изазови и проблеми са којима су се оснивачи стартапа суочавали, као и са ефикасним начинима на које су их превазишли. Свака студија детаљно описује саму компанију, производ или услугу коју пружа, осниваче и њихов лични и професионални развој, тржиште и циљну групу, као и конкуренцију како директну, тако и индиректну. Потом се фокус пребацује на теоријску формулацију проблема с којима су се оснивачи стартапа суочили. Обрађене теме обухватају различите аспекте као што су развој производа, управљање људским ресурсима, финансирање, прилагођавање правно-економском окружењу и друге релевантне аспекте пословања. Надаље се у свакој студији објашњавају приступи, принципи, методе, технике и инструменти који су практично примењени у циљу решавања специфичног проблема или изазова за сваки од стартапа. На крају сваке студије случаја представљени су исходи донетих одлука, закључци и лекције који треба да буду водичи за све оне који желе да се упусте у предузетничке воде. У књизи је анализирано 10 предузетничких подухвата из Србије или са јаком везом са Србијом.

IV ОЦЕНА ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР

На основу увида у конкурсни материјал, Комисија је закључила да др Милан Окановић у потпуности испуњава услове конкурса. У табели 3. приказан је сумарни приказ испуњености услова кандидата др Милана Окановића.

Табела 3. Сумарни приказ испуњености услова кандидата др Милана Окановића

Услови предвиђени законом за избор у звање ванредни професор	Минимални услови	Испуњеност критеријума кандидата др Милан Окановић
ОПШТИ УСЛОВ:	Испуњени услови за избор у звање доцента	Кандидат је тренутно у звању доцента.
ОБАВЕЗНИ УСЛОВИ:	<ol style="list-style-type: none"> Искуство у педагошком раду са студентима, односно, од стране високошколске установе позитивно оцењено приступно предавање из области за коју се бира, уколико нема педагошко искуство. Позитивна оцена педагошког рада (ако га је било) добијена у студентским анкетама током целокупног протеклог изборног периода. Објављена два рада из категорије М20 или пет радова из категорије М51 у периоду од избора у претходно звање из научне области за коју се бира М51 из научне области за коју се бира. Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту. Одобрен и објављен уџбеник за ужу област за коју се бира, монографија, практикум или збирка задатака (са ISBN бројем) Један рад са међународног научног скупа објављен у целини категорије М31 или М33. Један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини категорије М61 или М63. 	<ol style="list-style-type: none"> Кандидат од 2007. године изводи наставу у оквиру предмета из уже научне области за коју се бира на основним академским и мастер академским студијама. Током наставног рада на Факултету организационих наука, кандидат је био оцењиван високим просечним оценама (> 4,5). Објављена четири рада из категорије М20. Кандидат је учествовао у извођењу пројеката и био руководиоца пројеката. Кандидат има објављен један уџбеник који је у обавезној литератури за предмет на мастер академским студијама у оквиру уже научне области. Кандидата има објављена три рада категорије М33. Кандидат има објављена два рада категорије М63.
ИЗБОРНИ УСЛОВИ (минимално 2 од 3 услова)	Ближе одреднице (најмање по једна из 2 изборна услова)	Испуњеност критеријума кандидата др Милан Окановић
ИЗБОРНИ УСЛОВ 1:	СТРУЧНО - ПРОФЕСИОНАЛНИ ДОПРИНОС <ol style="list-style-type: none"> Председник или члан уређивачког одбора научних часописа или зборника радова у земљи или иностранству. Председник или члан организационог или научног одбора на научним скуповима националног или међународног нивоа. Председник или члан комисија за израду завршних радова на академским мастер или докторским студијама. Руководилац или сарадник на домаћим и међународним научним пројектима. 	<ol style="list-style-type: none"> Члан организационог одбора међународних научних симпозијума <i>SymOrg</i> 2012, <i>SymOrg</i> 2014, <i>Danube Cup</i> 2023. године. Председник комисије (ментор) на 26, а члан комисије на 45 завршних радова мастер академских студија. Био је члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације у иностранству (<i>Catholic University of Leuven</i>, Белгија). Био је сарадник на два домаћа и два међународна научна пројекта
ИЗБОРНИ УСЛОВ 2:	ДОПРИНОС АКАДЕМСКОЈ И ШИРОЈ ЗАЈЕДНИЦИ <ol style="list-style-type: none"> Чланство у страним или домаћим академијама наука, чланство у стручним или научним асоцијацијама у које се члан бира. Председник или члан органа управљања, стручног органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству. Члан националног савета, стручног, законодавног или другог органа и комисије министарстава. Учешће у наставним активностима ван 	<ol style="list-style-type: none"> Био је члан Већа основних академских студија од 2019 до 2020. године. Члан је Комисије студијског програма Стратешки маркетинг и комуникације на мастер академским студијама (2021-данас) Члан је и председник Скупштине Научно-технолошког парка Београд (2023-данас) Учествовао је у реализацији

	<p>студијских програма (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција, програми едукације наставника) или у активностима популаризације науке.</p> <p>5. Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке</p>	<p>едукативних програма, семинара и тренинга, а био је и ментор студената на међународним такмичењима у решавању пословних студија случаја.</p>
ИЗБОРНИ УСЛОВ 3:	<p>САРАДЊА СА ДРУГИМ ВИСОКОШКОЛСКИМ, НАУЧНО-ИСТРАЖИВАЧКИМ УСТАНОВАМА, ОДНОСНО УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ ИЛИ УМЕТНОСТИ У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ</p> <p>1. Руковођење или учешће у међународним научним или стручним пројектима и студијама</p> <p>2. Радно ангажовање у настави или комисијама на другим високошколским или научноистраживачким институцијама у земљи или иностранству, или звање гостујућег професора или истраживача.</p> <p>3. Руковођење радом или чланство у органу или професионалном удружењу или организацији националног или међународног нивоа.</p> <p>4. Учешће у програмима размене наставника и студената.</p> <p>5. Учешће у изради и спровођењу заједничких студијских програма</p> <p>6. Предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству</p>	<p>1. Учествовао је у више међународних научних и стручних пројеката (наведени у делу обавезних услова)</p> <p>2. Као предавач, гостовао на Економском факултету Универзитета у Ријеци, Хрватска, као и на Институту за комуникацијске студије у Скопљу, Северна Македонија.</p> <p>Члан једне међународне комисије за одбрану докторске дисертације на Католичком универзитету у Лувену (Белгија).</p> <p>5. Као предавач учествовао је на заједничким мастер академским студијама Факултета организационих наука Универзитета у Београду и Факултета за управу Универзитета у Љубљани, као и на заједничком студијском програму мастер академских студија, Факултета организационих наука и Електротехничког факултета Универзитета у Београду</p>

ЗАКЉУЧАК

Прегледом приложене документације, Комисија је утврдила да се на конкурс у предвиђеном року пријавио један кандидат, др Милан Окановић.

Кандидат др Милан Окановић испуњава формалне услове прописане Законом о високом образовању, Критеријумима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду, Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и Статутом Факултета организационих наука за избор наставника у звање ванредног професора.

Кандидат др Милан Окановић поседује вишегодишње искуство у раду са студентима у извођењу предавања и вежби на предметима из уже научне области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, на основним и мастер академским студијама на Факултету организационих наука, уз издат уџбеник за предмет из уже научне области. Кандидат је био ментор или члан комисије завршних радова основних и мастер академских студија, као и члан једне комисије за оцену и одбрану докторске дисертације. Др Милан Окановић има објављене научне радове из уже научне области, од којих су четири рада категорије М20 објављена након избора у звање доцента. Поред тога, кандидат је дао значајан стручни и друштвени допринос активним учешћем у два

међународна и два национална научна, као и бројним националним стручним пројектима.

На основу изложеног, а ценећи научне, стручне и педагошке резултате кандидата др Милана Окановића, Комисија предлаже Декану Факултета и Изборном већу Факултета организационих наука да прихвати Извештај Комисије да се кандидат др Милан Окановић изабере у звање ванредног професора на Факултету организационих наука Универзитета у Београду, за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације, на одређено време од пет година, са пуним радним временом. Извештај се даље упућује на Веће правно-економских наука Универзитета у Београду.

У Београду, 27. децембар 2023. године

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

др Славица Цицварић Костић, редовни професор
Факултет организационих наука Универзитета у Београду
председник

др Велимир Штавланин, редовни професор
Факултет организационих наука Универзитета у Београду
члан

др Саша Вељковић, редовни професор
Економски факултет Универзитета у Београду
члан