



Научно стручно веће за друштвене и хуманистичке науке

Предмет: Образац о испуњавању услова за избор у звање наставника

Име и презиме

Suzana Djukic

Datum рођења

10 / 11 / 1969

Назив и седиште установе/организације у којој је кандидат запослен

Економски факултет Универзитета у Нишу

Радно место

Vanredni profesor

Datum prvog izbora u sadašnje zvanje

20.9.2012.

Datum raspisivanja konkursa

07.03.2017.

Наčin (место) објављивања

Narodne novine i Sajt Ekonomskog fakulteta

Zvanje za koje je raspisan konkurs

Vanredni profesor ili redovni profesor

Uža naučna oblast

Poslovno upravljanje

1. Doktorat nauka iz oblasti za koju se bira

(naziv doktorske disertacije, naučna oblast, godina i mesto odbrane)

„Управљање маркетингом односа са потрошачима“, Економија (Пословно управљање), Универзитет у Нишу, Економски факултет, Ниш, 2007. год.

2. Pozitivna ocena nastavnog rada

(naziv dokumenta, naziv ustanove/organizacije koja je izdala dokument, datum izdavanja)

- Оцена резултата научног и истраживачког рада кандидата
- Оцена ангажовања кандидата у развоју наставе и развоју других делатности
- Оцена резултата педагошког рада кандидата
- Оцена резултата које је кандидат постигао у развоју научно-наставног подмлатка (Документе усваја Изборно веће Економског факултета у Нишу)

3. Ostvarene aktivnosti bar u četiri elementa doprinosa široj akademskoj zajednici iz člana 4. kriterijuma

(opis aktivnosti, podaci o dokumentima)

Допринос академској и широј заједници дефинисаних Ближим критеријумима за избор у звања наставника - члан 3.:

- Учешће у наставним активностима које не носе ЕСПБ бодове:

1. Члан Комисије за упис студената на основне академске студије више школских година;
2. Испитивач за полагање пријемног испита за упис на докторске академске студије Економског факултета у Нишу школске 2015/2016. године (Одлука декана Економског факултета бр. 01-3400 од 10.11.2015. године).
3. Испитивач за полагање пријемног испита за упис на мастер академске студије Економског факултета у Нишу школске 2012/2013. године (Одлука Већа за мастер студије Факултета бр. 04-979 од 18.04.2012. године); школске 2013/2014. године (Одлука Већа за мастер студије Факултета бр. 04-1510 од 30.05.2013. године); школске 2014/2015. године (Одлука Већа за мастер студије Факултета бр. 04-2596 од 19.09.2014. године); школске 2015/2016. године (Одлука Већа за мастер студије Факултета бр. 04-2669 од 24.09.2015. године);

- Учешће у раду тела факултета и универзитета:

1. Члан Савета Универзитета (Одлука ННВ Факултета бр. 04-3681 од 13.12.2012. године и Одлука Савета Универзитета у Нишу о верификацији мандата чланова бр. 1/00-02-001/13-002 од 28.01.2013. године)
2. Члан Савета Економског факултета у Нишу у периоду 2002.-2006. године и периоду 2012-2015. године (Одлука ННВ Факултета бр. 04-2837 од 12.10.2012. године);
3. Члан Већа за мастер студије на Економском факултету у Нишу у периоду 2012.-2015. године и 2015.-2018. године (Одлука Већа за мастер студије о верификацији мандата бр. 04-3129 од 24.10.2012. године);

- Допринос активностима које побољшавају углед и статус факултета и универзитета:

1. Чланство у више Комисија за писање извештаја по захтеву за признавање страних високошколских исправа на Универзитету у Нишу;
2. Члан тима за промоцију Економског факултета у Нишу;
3. Члан Комисије за припрему документације за акредитацију Економског факултета у Нишу 2008. године;
4. Члан Комисије за припрему документације за акредитацију Економског факултета у Нишу 2013. године (Одлука ННВ Факултета бр. 04-246 од 01.02.2013. године);

- Успешно извршавање специјалних задужења везаних за наставу, менторство, професионалне активности намењене као допринос локалној или широј заједници:

1. Руковођење докторским дисертацијама (два менторстава кандидатима на Економском факултету у Нишу).
2. Учешћа у Комисијама за оцену и одбрану докторске дисертације (5 учешћа у Комисијама на Економском факултету у Нишу и једно учешће Економском факултету у Крагујевцу).
3. Руковођење израдом магистарских радова (једно менторство кандидату на Економском факултету у Нишу).
4. Учешћа у Комисијама за оцену и одбрану магистарских теза (3 учешћа у Комисијама на Економском факултету у Нишу).
5. Руковођење израдом мастер радова (13 менторстава кандидатима на Економском факултету у Нишу).
6. Учешћа у Комисијама за оцену и одбрану мастер радова (28 учешћа у Комисијама на Економском факултету у Нишу).
7. Учешће у Комисијама за писање извештаја за избор наставника и сарадника Факултета (четири учешћа у Комисијама на Економском факултету у Нишу);

- Рецензирање радова и оцењивање радова и пројеката (по захтевима других институција):

1. Рецензент већег броја радова за часописе међународног значаја - категорије М 24: Теме, издавача Универзитета у Нишу, као и водећих националних часописа - категорије М 51: Економски хоризонти, Економске теме (Потврда главног и одговорног уредника бр. 09-28 од 16.03.2017.); Facta Universitatis: Series Economics and Organization (Потврда главног и одговорног уредника бр. 5/00-72-01217-001 од 15.03.2017.).
2. Рецензент већег броја радова за тематске зборнике и зборнике са међународних конференција поводом Дана Факултета и научног скупа „Регионални развој и демографски токови земаља југоисточне Европе“.

- Организација и вођење локалних, регионалних, националних и међународних стручних и научних конференција и скупова:

1. Члан Организационог одбора Међународног научног скупа поводом Дана Економског факултета;
2. Члан Програмског одбора научног скупа „Регионални развој и демографски токови земаља југоисточне Европе“ (Одлука ННВ Факултета бр. 04-172 од 02.02.2017. године);

- Учешће у раду одбора, законодавних тела и слично, у складу са научном и професионалном експертизом факултета и универзитета:

1. Уредник часописа међународног значаја-категорије М 24 Теме, издавача Универзитета у Нишу (Одлука Ректора Универзитета у Нишу о именовању Уредника часописа Теме бр. 5/00-72-006/15-003 од 22.12.2015. године);

2. Члан Уређивачког одбора часописа Маркетинг (категорија М 51), чији су издавачи Економски факултет Универзитета у Београду и Српско удружење за маркетинг (Прилог: Импресум часописа);
3. Председник Управног одбора Градске организације потрошача града Ниша (ГОПН) у периоду 2011.-2012. године.

- Пружање консултантских услуга заједници:

1. Локални експерт на изради "Стратегије развоја туризма Града Ниша 2011-2016. год." у периоду од октобра 2011. до маја 2012. године (стратегија је доступна на Интернет страници: <http://media1.investnis.rs/2016/08/Strategija-razvoja-turizma-Grada-Ni%C5%A1a-2011-2016.pdf>).
2. Предавач на тренингу: „Стратегије наступа на међународно тржиште“ у организацији Агенције за локални економски развој - Лесковац у оквиру пројекта „Bulgaria-Serbia IPA Cross Border Programme“ (јун, 2015. године у Предејану);
3. Предавач и тренер на бројним тренинзима у организацији: Програма локалног економског развоја на Балкану (ЛЕДИБ)
4. Предавач и тренер на бројним тренинзима у организацији: Бизнис инкубатор центра – Ниш;
5. Предавач и тренер на бројним тренинзима у организацији: Удружења пословних жена – Ниш (Тема: Маркетинг и продаја);
6. Учешће на изради неколико пројеката и студија из области развијања маркетинг планова и маркетинг истраживања за потребе привредних субјеката.

- Вођење или учествовање у ваннаставним активностима које доприносе угледу и статусу факултета и универзитета:

1. Предавач за добијање лиценце професора Економске школе из Ниша (18. јуни, 2013. године);
2. Учешће у едукацији чланова AIESEC-а:
- Пројекат: Social Business 2012. године;
- Панел дискусија на тему: Интернет маркетинг 2013. године;
- Пројекат: Project Management Conference – Leaders of Change (2011. година).
3. Учешће на локалној телевизији поводом 15. марта Дана потрошача у својству председника Управног одбора Градске организације потрошача града Ниша (ГОПН);
4. Члан жирија на такмичењу студената Економског факултета у Нишу у решавању студија случајева: „Case study - Face the Challenge“ априла, 2016. Године;
5. Учешће у Бесплатној радионици за ученике средњих стручних школа и гимназија одржане од 6. до 10. фебруара 2017. године на Економском факултету у Нишу;

- Учешће у значајним телима заједнице и професионалних организација:

1. Члан Српског удружења за маркетинг – СеМА;
2. Члан Градске организација потрошача – Ниш;
3. Члан Научног друштва економиста и Друштва економиста Ниша;

- Креативне активности које показују професионална достигнућа наставника и доприносе унапређењу универзитета као заједнице учења:

1. Учешће, као истраживач, на пројектима и то:
- Научни пројекти националног карактера - пројекти ресорних министарстава Владе Републике Србије (два пројекта који су у току);
- Пројекти међународног карактера – TEMPUS пројекти (један пројекат);
- Интерни пројекти Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Нишу (четири пројекта).

4. Rukovođenje ili članstvo u komisijama za najmanje pet diplomskih radova, od kojih najmanje dva od poslednjeg izbora

1. Ана Стојковић: „Управљање лојалношћу потрошача“ (Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-1965 од 05.07.2012. године).
2. Алма Ашћерић: „Стратегијске алијансе као форма релационог маркетинга“ (Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-1969 од 05.07.2012. године).
3. Мелиха Плојовић: „Управљање жалбама и рекламацијама потрошача“ (Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-1948 од 27.06.2014. године)
- 4.. Марко Милојевић: “Управљање односима са медијима“ Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-782 од

27.03.2014. године).

5. Марија Ивковић: “Управљање маркетингом односа са потрошачима у условима кризе у предузећу” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-3271 од 06.11.2014. године).
6. Милена Марјановић: “Улога маркетинга у развоју друштвено одговорне потрошње” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-3268 од 06.11.2014. године).
7. Милена Стајковић: “Управљање маркетингом односа са добављачима” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-32561 од 18.09.2014. године).
8. Ивана Ивановић Кеворкиан: “Портфолио анализа потрошача” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-2735 од 25.09.2015. године).
9. Миљан Кахримановић: “Стратегијско управљање марком у функцији јачања лојалности потрошача” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-1929 од 06.6.2016. године).
10. Стефан Орловић: „Интегрисано маркетинг комуникације на примеру услужних организација” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-3258 од 03.10.2016. године).
11. Оливера Орловић: “Управљање односима са клијентима у услужним организацијама” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-3257 од 29.09.2016. године).
12. Јелена Дикић: “Организовање и заштита потрошача” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-146 од 02.02.2016. године).
13. Милан Јевремовић: “Управљање лојалношћу потрошача у сектору услуга” Одлука Већа за мастер студије Економског факултета у Нишу о прихватању задатка завршног – мастер рада и именовању Комисије за оцену и одбрану мастер рада бр. 04-404 од 02.03.2016. године).

5. Rukovođenje bar jednom doktorskom disertacijom ili članstvo u najmanje dve komisije za odbranu doktorske disertacije

Ментор за израду докторске дисертације следећим кандидатима:

1. Ана Стојковић: „Маркетинг као фактор репутације предузећа” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о прихватању предложене теме за израду докторске дисертације и одређивању ментора бр. 04-2039 од 24.09.2015. године и Одлука Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Нишу, бр. 8/18-01-007/15-024 од 29.09.2015. године).
2. Славица Поповић: „Улога и значај интегрисаних маркетинг комуникација за креирање марке услужних организација” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о прихватању предложене теме за израду докторске дисертације и одређивању ментора бр. 04-1894 од 26.06.2014. године).

Чланство у Комисијама за оцену и одбрану докторских дисертација кандидата:

1. Семир Вехапи: „Маркетинг стратегија произвођача органске хране” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о образовању Комисије за оцену урађене докторске дисертација бр. 04-1260 од 06.05.2015. године).
2. Ана Поповић: „Специфичности примене маркетинг концепта у високошколским установама” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о образовању Комисије за оцену и одбрану докторске дисертације бр. 04-3311 од 03.11.2015. године и Одлука Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Нишу, бр. 8/18-01-008/15-035 од 27.11.2015. године).
3. Ана Крстић: „Интегрисање односа с јавношћу у систем маркетинг комуникација (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о образовању Комисије за оцену и одбрану докторске дисертације бр. 04-1386 од 27.04.2016. године и и Одлука Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Нишу, бр. 8/18-01-005/16-029 од 11.07.2016. године).).
4. Николић Марија: „Маркетинг оријентација као детеминанта конкурентности произвођача воћа и воћних сокова у Републици Србији” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о образовању Комисије за оцену стручне и научне подобности предложене теме за израду докторске дисертације бр. 04-1153 од 06.05.2014. године).
5. Велида Кијевчанин: „ Допринос маркетинг унапређењу квалитета услуге” (Одлука ННВ Економског факултета у Нишу о образовању Комисије за оцену стручне и научне подобности предложене теме за израду докторске дисертације бр. 04-2043 од 19.04.2012. године).

6. Стефан Алимпић: “Утицај метода унапређења продаје на импулсивно понашање потрошача” (Одлука ННВ Економског факултета у Крагујевцу о образовању Комисије за оцену стручне и научне подобности предложене теме за израду докторске дисертације бр. 450-14-3 од 02.03.2016. године. и Одлука Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу, бр. IV-02-338/9 од 11.05.2016. године).1.

6. Ostvareni rezultati u razvoju naučno-nastavnog podmlatka na fakultetu

1. Учешће у Комисији за избор наставника у звање доцент за ужу научну област Пословно управљање (предмети: Маркетинг, Понашање потрошача и Маркетинг комуницирање) (Одлука Изборног већа Економског факултета Универзитета у Нишу о предлагању Комисије за писање Извештаја о пријављеним кандидатима на конкурс за избор наставника бр. 04-1011 од 01.04.2016. године; Одлука Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке о именовању Комисије за писање Извештаја о пријављеним учесницима на конкурс бр. 8/18-01-009/16-037 од 27.12.2016. године).
2. Учешће у Комисији за избор сарадника у звање асистент за ужу научну област Пословно управљање (предмети: Маркетинг, Понашање потрошача и Маркетинг комуницирање) (Одлука Изборног већа Економског факултета Универзитета у Нишу о предлагању Комисије за писање Извештаја о пријављеним кандидатима на конкурс за избор сарадника у звање асистент бр. 04-2122 од 19.08.2013. године).
3. Учешће у Комисији за избор сарадника за ужу научну област Пословно управљање (предмети: Маркетинг, Понашање потрошача и Маркетинг комуницирање).

7. Objavljen: udžbenik ili monografija ili originalno stručno ostvarenje ili knjiga naučnih rasprava i studija iz uže naučne oblasti za koju se bira

а) Уџбеници

1. Станковић, Љ., Ђукић, С., (2009., 2013.) Маркетинг, Економски факултет, Ниш, 619 страна, ISBN 978-86-6139-070-8, COBISS.SR-ID 200787980.
2. Станковић, Љ., Ђукић, С., (2014) Маркетинг комуницирање, Универзитет у Нишу, Економски факултет, 425 страна, ISBN 978-86-6139-090-6, COBISS.SR-ID 206178316.

б) Монографије

1. Станковић, Љ., Ђукић, С. (2006) „Маркетинг истраживања – студије случаја, Економски факултет Ниш, 314 страна, ISBN 86-85099-16-1; ISBN 978-86-85099-16-8; COBISS.SR-ID 12935532.
2. Станковић, Љ., Раденковић-Јоцић, Д., Ђукић, С. (2007) „Унапређење пословне конкурентности“, Економски факултет, Ниш, 179 страна, ISBN 978-86-85099-38-0, COBISS.SR-ID 137061388.
3. Станковић, Љ., Цветановић, С., Новићевић, Б., Раденковић-Јоцић, Д., Ђукић, С., Младеновић, И. (2015) Утицај иновација на пословне перформансе предузећа, Универзитет у Нишу, Економски факултет, 229 стране, ISBN 978-86-6139-098-2.

ц) Монографске студије

1. Ђукић, С., (2016) Анализа детерминанти конкурентске позиције великих предузећа у Републици Србији у Монографској студији: „Унапређење конкурентности Републике Србије“, Економски факултет Ниш, ISBN 978-86-6139-121-7, COBISS.SR-ID 224274444.

8. Od izbora u prethodno zvanje jedan rad objavljen u časopisu koji izdaje Univerzitet u Nišu ili fakultet Univerziteta u Nišu ili sa SCI liste, u kojem je prvopotpisani autor rada

1. Ђукић, С, Станковић, Љ. (2014) Problems in the Valuation of Business Customers, Economic Themes, No. 4, Vol. 52, pp. 389-401, ISSN 0353-8648. M(51)

<http://www.eknfak.ni.ac.rs/Ekonomske-teme/et2014-4.pdf>

9. Od izbora u prethodno zvanje dva rada u časopisima kategorije M21 ili M22 ili M23 sa petogodišnjim impakt faktorom većim od 0.49 prema Tomson Rojters listi ili sa SSCI ili SCI liste, u kojima je prvopotpisani autor rada (podaci o naučnim radovima, DOI broj)

1. Ђукић, С., Станковић, Љ., Лепојевић, В. (2015) Improvement of Innovation Capacity of SMEs in Republic of Serbia by Connecting with Key Stakeholders, *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, Vol. 26, No. 4, pp. 431-441, ISSN 1392-2785 <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ee.26.4.8489>; SSCI петогодишњи IF (2014) = 0.871 <http://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/8489> (M22)

Рад и аутори унети у: Kobson - Web of Science | Thomson Reuters

http://www.kobson.nb.rs.proxy.kobson.nb.rs:2048/nauka_u_srbiji.132.html?autor=Djukic%20Suzana&samoar=#.WMsdSW8rLIU

9 замена: Rad u časopisu kategorije M21 zamenjuje se sa dva rada u časopisima koji se izdaju na engleskom, francuskom, nemačkom ili ruskom jeziku, u kojima je bar u jednom radu prvopotpisani autor rada

1. Ђукић, С. Кијевчанин, В. (2012) Service Quality as Determinant of Customer Satisfaction, *Facta Universitatis Series Economics and Organization*, Vol. 9, No.3/2012, pp. 311-325, ISSN: 0354-4699 (M 51) <http://facta.junis.ni.ac.rs/eao/eao201203/eao201203-03.html>

2. Станковић, Љ., Ђукић, С., Лепојевић, В. (2014) Innovation Capacities of Serbian Small and Medium-sized Enterprises, *Часопис Теме*, Бр. 3, Вол. 38/2014. pp. 1077-1093, ISSN 0353-7919 (M 24) <http://teme2.junis.ni.ac.rs/public/journals/1/previousissues/teme3-2014/teme%203-2014-07.pdf>

3. Станковић, Љ., Новићевић, Б., Ђукић, С. (2012) Desining Corporate Sustainability Performance Measurement System, *Facta Universitatis Series Economics and Organization*, Vol. 9, No. 4/2012, pp. 417-427, ISSN: 0354-4699 (M 51) <http://teme2.junis.ni.ac.rs/public/journals/1/previousissues/teme3-2014/teme%203-2014-07.pdf>

4. Поповић, А., Станковић, Љ., Ђукић, С. (2015) Positioning Strategies of Higher Education Institutions in the Republic of Serbia, *Часопис Теме*, Vol. XXXIX, No 3. (Jul-September), pp. 643-659, ISSN 0353-7919 (M 24) <http://teme2.junis.ni.ac.rs/public/journals/1/previousissues/teme3-2015/teme%203-2015-07.pdf>

9 замена: Rad u časopisu sa SSCI ili SCI liste zamenjuje se sa dva rada u časopisima sa SCIE liste, iz kategorije M24 ili M14, u kojima je bar u jednom radu prvopotpisani autor rada (za konkurse raspisane do 31.12.2018. godine)

1. Ђукић, С., Стојковић, А. (2013) Clients' Satisfaction and Loyalty in Marketing Strategies of Serbian Banks, Тематски зборник: "Improving the Competitiveness of Enterprises and National Economies-Determinants and Solutions", Faculty of Economics, Niš, 2013. (редактор Б. Крстић), pp. 143-158, ISBN 978-86-6139-082-1 (M 14)

2. Ђукић, С., Станковић, Љ. (2015) The Role of Marketing in the Process of Overcoming the Crisis of the Enterprise, Тематски зборник: „The Determinants of Competitiveness“, Faculty of Economics, Niš, (eds. B. Krstić, Z. Paszek), pp. 77-92, ISBN 978-86-6139-113-2 (M 14)

3. Станковић, Љ., Ђукић, С., Поповић, А. (2013) Improving the Country Image as the Basis for Successful Involvement in the Integration Processes, Тематски зборник: "Rethinking Europe after the Economic Crisis - lessons for the European Core and Periphery" (eds. Srdjan Marinkovic, Sylvie Rochhia), pp. 225-244, ISBN 978-86-6139-084-5 (M 14)

10. Od poslednjeg izbora šest radova saopštenih na međunarodnim ili domaćim naučnim skupovima, i najmanje jedno usmeno izlaganje na međunarodnim skupovima

1. Ђукић, С., Поповић, А. (2012) Управљање односима са купцима засновано на вредности, Зборник радова: "Наука и светска економска криза", књ. II (редактор Е. Петровић), 2012, str. 335-343, ISBN 978-86-6139-055-5 (M 33)

2. Ђукић, С., Стојковић, А. (2013) Лојалност клијената као основ конкурентности пословних банака, Научни скуп: „Управљање квалитетом и поузданошћу“ Београд, 27-28. Jun, str. 124-129, ISBN-978-86-86355-14-0 (M 33)

3. Ђукић, С., Стојковић, А. (2015) Одрживи маркетинг као фактор репутације предузећа, Научни скуп: "Izzivi globalizacije in družbeno-ekonomsko okolje EU", 16-17.04. Novo Mesto, Slovenija, str. 165-174, ISBN 978-961-6770-32-3 281317632 (M 33)

4. Ђукић, С., Ивковић, М. (2015) Crisis Management in Automotive Industry, Научни скуп: The Development of Bulgarian Economy - 25 years between Expectations and Reality, 20-21.11. 2015. Svištov, Bugarska, pp. 422-427, ISBN 978-954-23-1105-89 M(33)

5. Станковић, Љ., Ђукић, С., Поповић, А. (2013) Тржишна оријентација предузећа у Србији као детерминанта њихове

иновативности и конкурентности, Тематски зборник: "Конкурентност предузећа у Србији", (ур. Н. Јанићијевић, С. Ловрета), Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, Београд, 2013, стр. 147-166, ISBN 978-86-403-1340-7 (М 33)

6. Станковић, Љ., Ђукић, С., Поповић, А. (2012) Consumer Behaviour Research as the Basis for Developing Marketing Strategy of Tourism Organizations: an Empirical Study, Зборник радова са међународне научне конференције АНТММС 2012 - "2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference", Corfu Island, Greece, 31.5.-3.6. (М 33)

7. Станковић, Љ., Ђукић, С., Поповић, А. (2016) The West and the Rest: The Extent of Marketing in Higher Education Institutions in Developed and Developing Countries, Tth EMAC Regional Conference: "Where the East kisses the West: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe", University of Sarajevo, Sarajevo, September 14-16, Book of Abstracts. М(33)

8. Ђукић, Т., Ђукић, С. (2017) Перформансе пословања малих и средњих предузећа у Републици Србији, Научни скуп: "Економске политике малих земаља у условима европских интеграција", Бања Лука, 7. и 8. фебруара 2017., <http://www.efbl.org/upload/dokumenti/Program-odrzavanja-naucnog-skupa-2017.pdf> М(33)

Усмено излагање:

9. Ђукић, С., Станковић, Љ. (2012) Brand Community as a Means of Providing Customer Loyalty, Zbornik radova: "Improving the Competitiveness of the Public and Private Sector by Networking Competences", knjiga I, (eds.B. Krstić, A. Chodynski) pp. 39-52, ISBN 978-86-6139,51-7 (М 33)

Potpis kandidata: _____



Напомена: Kandidat je dužan da popunjen, odštampani i potpisan obrazac o ispunjavanju uslova za izbor u zvanje nastavnika dostavi fakultetu koji je objavio konkurs zajedno sa ostalom dokumentacijom kojom dokazuje da ispunjava uslove konkursa.