



Univerzitet "Mediteran" Podgorica

BILTEN

specijalno izdanje: 11

Podgorica, jun 2008.



BILTEN

Univerzitet "Mediteran" Podgorica

Univerzitet "Mediteran" Podgorica Vaka Đurovića b.b.	Broj: 11 Godina: 2008. Podgorica, 23. 6. 2008.	Broj primjeraka: 50 jun 2008.
--	--	--------------------------------------

www.unimediteran.net

1. Dodjela počasnog doktorata nauka prof. Filipu Kotleru

1.1. Inicijativa Rektora Univerziteta za dodjelu počasnog doktorata

Univerzitet "Mediterran" Podgorica
Rektor Univerziteta
Broj: R-682-08
Podgorica, 23. 6. 2008. godine

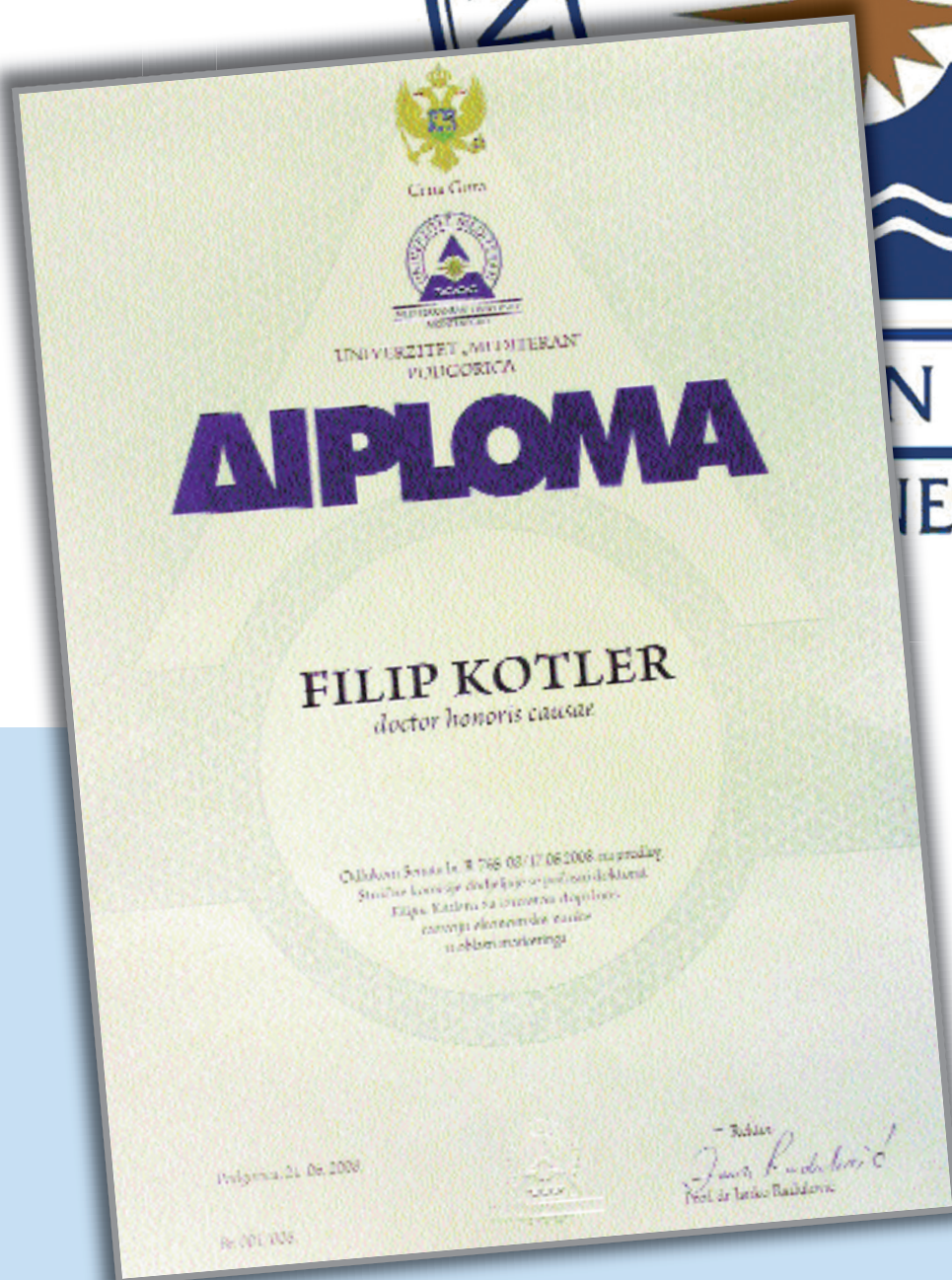
Univerzitet "Mediterran"
SENATU UNIVERZITETA

Predmet: Inicijativa za dodjelu počasnog doktorata
(doctor honoris causae—"dr h.c.") Filipu Kotleru
shodno članu 13 Pravilnika o uslovima i postupku
dodjeljivanja počasnog doktorata nauka
Univerziteta "Mediterran"

MEDITERAN



N UNIVERSITY
EGRO



Obrazloženje:

Poznati američki profesor Filip Kotler je vodeći svjetski mislilac za oblast marketinga. Objavio je 24 knjige. Autor je brojnih udžbenika koji su postali osnovno štivo na mnogim svjetskim univerzitetima iz kojih savremene generacije stiču marketinška znanja. Kotlerove knjige su prodate u više od tri miliona primjeraka, prevedene su na više od dvadeset jezika i čitane su kao marketinško jevanđelje u mnogim zemljama! Predaje Međunarodni menadžment u Poslovnoj školi Kellogg (Kellogg Graduate School), školi za menadžment na Northwestern University u Evanstonu u Illinoisu, SAD. Prema istraživanjima magazina Business Week, Kellogg škola je šest puta proglašavana za najbolju poslovnu školu u SAD.

Profesor Kotler je stekao akademski stepen magistra na Univerzitetu u Čikagu a profesorsku diplomu na M.I.T. (Sloan School of Management), Cambridge, Massachusetts. Doktorat je radio iz matematike na Harvardu i iz oblasti biheviorističkih nauka na Univerzitetu u Čikagu!

Profesor Kotler je prvi dobitnik nagrade "Istaknuti pedagog iz oblasti marketinga" (1985), a koju dodjeljuje Američka marketinška asocijacija.

Evropska asocijacija marketinških konsultanata i menadžera dodijelila je Filipu Kotleru nagradu za izuzetna dostignuća iz oblasti marketinga. Akademski članovi Američke asocijacije za marketing (AMA) izabrali su Kotlera za najboljeg teoretičara u oblasti marketinga i proglasili za "Lidera marketinške misli" u istraživanju 1975 godine! Kotler je dobitnik nagrade "Paul Converse" AMA-e za originalni doprinos marketingu; dobitnik je godišnje nagrade za istraživački rad u oblasti marketinga "Charles Coolidge"; rukovodioci Međunarodne organizacije za prodaju i marketing imenovali su ga 1995. godine za "Marketing menadžera godine" da bi mu Akademija marketinških nauka 2002. godine dodijelila nagradu "Edukator godine iz oblasti marketinga"!

Profesor Kotler je pružao konsultantske usluge brojnim svjetskim poznatim kompanijama kao što su: IBM, General Electric, AT&T, Honeywell, Bank of America i Merck, ali i drugim kompanijama iz oblasti marketinške strategije i planiranja, iz oblasti organizacije i internacionalnog marketinga.

Profesor Kotler je rukovodilac Koledža za marketing Instituta za menadžment; direktor Američke marketing asocijacije; rukovodilac Instituta za marketing studije; direktor MAC grupe; bivši član savjetodavnog odbora Yankelovich kao i član Copernicus savjetodavnog odbora. Član je Odbora upravnika škole Umjetničkog instituta u Čikagu i član Savjetodavnog odbora Drucker fondacije.

Filip Kotler je počasni doktor Stokholm University; Univerziteta u Cirihi; Univerziteta za ekonomiju i biznis u Atini; De Pauk Univerziteta; škole za biznis i ekonomiju u Krakovu; Groupe H.E.C. u Parizu; Univerziteta za ekonomsko i poslovno upravljanje u Beču; Univerziteta ekonomskih nauka i javne uprave u Budimpešti i Katoličkog Univerziteta Santo Domingo.

Profesor Kotler mnogo putuje Evropom, Azijom, Južnom Amerikom, dajući savjete i držeći predavanja u mnogim kompanijama na teme kako primijeniti zdrave ekonomske i marketinške principe, kako ojačati svoju konkurentnost! Savjetuje vlade o uspješnosti njihovih kompanija na globalnom tržištu.

Iz višedecenijskog plodnog i inovativnog rada profesora Kotlera nastala su djela: Marketing Management, Principles of Marketing, Strategic Marketing for Non-Profit Organizations, Marketing Places, The Marketing of Nations, Marketing Models, Social Marketing, Marketing Professional Services, Strategic Marketing for Educational Institutions, Marketing for Health Care Organizations, High Visibility, The New Competition, Marketing for Hospitality for Tourism, Marketing for Congregations, Standing Room Only, Museum Strategies and Marketing i druga djela.

MEDITERAN

Plodan i inovativan rad ovog uvaženog marketinškog mislioca je učinio da se ime profesora Kotlera danas u svijetu doživljava kao personifikacija marketinga. Ovaj guru marketinga ne prestaje da riznicu marketinških znanja sve više obogaćuje ali takvim doprinosima koji osvetljavaju najnovije potrebe agenata u tržišnom, ali i u netržišnom okruženju.

Filip Kotler stalno potvrđuje svoju vitalnost i moderan senzibilitet.

Marketing je intrigantna oblast i predstavljao je slabu tačku mnogim svjetski poznatim kompanijama. Suočavajući se sa novim izazovima, novim moćnim kupcima, novim konkurentima, one su prinuđene da usavršavaju modele poslovanja kako bi ojačavale svoju konkurentsku moć! Kompanije nikada ne smiju da se opuste. Samo stalnim promjenama i usavršavanjem modela poslovanja, fokusiranjem na klijenta, inoviranjem proizvoda i usluga, kreativnošću i novim idejama, korišćenjem tehnoloških inovacija u marketinškom djelovanju, mogu da postiču uspjeh u surovim tržišnim prilikama! U vremenu velikih tehnoloških promjena, brzog razvoja informacionih i komunikacionih tehnologija, u eri ekonomske i druge globalizacije uloga marketinga je vrlo bitna u oblikovanju budućih tržišta, u jačanju konkurentne sposobnosti firmi ako se osposobe da lansiraju nove proizvode na globalnom tržištu! To su izazovi, ali i šanse!

Imajući u vidu srećnu okolnost da profesor Filip Kotler dolazi u Crnu Goru u organizaciji Univerziteta "Mediteran" i Jadranskog sajma, članica Atlas grupe, a uz visoko pokroviteljstvo Vlade Crne Gore, te da njegovo predavanje o savremenim marketinškim izazovima može da bude od neprocjenjive koristi za ekonomske, marketinške i druge stručnjake Crne Gore i šire, upućujem inicijativu Senatu Univerziteta "Mediteran" da se profesoru Filipu Kotleru dodijeli počasni doktorat (doctor honoris causae)!

R E K T O R

Prof. dr Janko Radulović, s. r.

1.2. Predlog stručne komisije za dodjelu počasnog doktorata

Senat Univerziteta "Mediterran", svojom odlukom br. R-692-08 od 3. juna 2008. godine, učinio nam je osobitu čast i imenovao nas u Komisiju za dodjelu počasnog doktorata profesoru Filipu Kotleru. Komisija je obavila povjereni zadatak i ima zadovoljstvo da podnese sljedeće obrazloženje s predlogom:

Obrazloženje

Profesor Filip Kotler (Philip Kotler) jedan je od najpriznatijih stručnjaka u svijetu u oblastima marketinga i međunarodnog menadžmenta i te predmete predaje na nekoliko američkih fakulteta, između ostalih na Kellogg Graduate School i na Northwestern University.

Svoju akademsku i naučnu karijeru započeo je da gradi na Univerzitetu u Čikagu, gdje je magistrirao iz oblasti ekonomije, i na Univerzitetu Massachusetts na kojem je doktorirao. Potonja naučna istraživanja obavljao je na Univerzitetu Harvard, u oblasti matematičkih nauka, a zatim ponovo na Univerzitetu u Čikagu, u oblasti bihevijorističkih nauka.

U svojoj izuzetno bogatoj univerzitetskoj i naučnoj praksi profesor Kotler je često imao vodeću ulogu u različitim značajnim institucijama: bio je predsjednik Kolegijuma za marketing u Institutu za nauku o upravljanju (TIMS), direktor Američke asocijacije za marketing, član Upravnog odbora Instituta za marketinške nauke (MAC). Decenijama je pružao konsultantske usluge svjetski poznatim kompanijama i institucijama, kao što su IBM, General Electric, AT&T, Ford i Bank of America.

Za svoja velika dostignuća u nauci kao i za svoj doprinos u obrazovanju profesionalnog kadra u oblasti marketinga, profesor Filip Kotler dobio je brojne nagrade i priznanja među kojima ističemo nagradu za izuzetni pedagoški rad u oblasti marketinga, koju dodeljuje Američka asocijacija za marketing (AMA), potom nagradu za krupna dostignuća u oblasti marketinga koju mu je dodijelila Evropska asocijacija marketinških konsultanata i edukatora u domenu prodaje. Akademski članovi Američke asocijacije za marketing izabrali su ga za "Lidera marketinške misli" za godinu 1975. Nosilac je i brojnih drugih prestižnih nagrada: Akademija marketinških nauka dodijelila mu je nagradu za izuzetan doprinos u oblasti obrazovanja, organizacija "Sales and Marketing Executives International" proglasila ga je za ličnost godine u oblasti marketinga, tri puta je dobijao nagrade Alpha Kappa Psi za najbolji članak godine koji se objavljuje u časopisu "Journal of Marketing" i tako redom.

Izuzetnu uspješnost karijere profesora Filipa Kotlera ilustruje i činjenica da je u proteklom godinama na brojnim univerzitetskim institucijama stekao titulu počasnog doktora nauka: na Univerzitetu u Stokholmu, Univerzitetu u Cirihi, Univerzitetu za ekonomiju i biznis u Atini, kao i na sličnim fakultetima u Krakovu, Budimpešti i Beču.

Ime profesora Kotlera, posebno u oblasti marketinga, poznato je širom svijeta. Njegove knjige iz te oblasti, a ima ih preko dvadeset, predstavljaju kapitalna djela. Spomenućemo samo najvažnije: Principles of marketing, Marketing for Nonprofit Organizations, Marketing Model Building, The New Competition, Marketing Professional Services, Strategic Marketing for Educational Institutions, The Marketing Nations, Marketing for Tourism i Marketing Management: analysis, planning and control. Spomenute i ostale knjige profesora Filipa Kotlera objavljene su u ukupnom tiražu od nekoliko miliona primjeraka i prevedene su na preko dvadeset jezika. Osim knjiga, objavio je više od stotinu zapaženih

MEDITERAN

članaka u vodećim svjetskim naučnim i stručnim časopisima kao što su "Harvard Business Review", "Journal of Marketing", "Journal of Marketing Research", "Management Science", "Journal of Business Strategy" i drugi.

Ukupan rad profesora Kotlera predstavlja izuzetan doprinos nauci o marketingu, štaviše, može se bezrezervno tvrditi da je svojom, na primjer, teorijskom razradom najvažnijih principa i koncepata marketinga (koncept segmentacije tržišta, koncept targetiranja i pozicioniranja, koncept marketinških informacionih sistema itd.) profesor Kotler praktično postavio temelje nauke o marketingu.

Naučnik izuzetnog kapaciteta i ličnost svjetskog ugleda odazvao se pozivu Univerziteta "Mediteran" da dođe u Crnu Goru upravo u trenutku kada ona kreće putem ubrzanog uključivanja u evropske i svjetske tokove razvoja i to u fundamentalnim oblastima kao što su ekonomija i obrazovanje.

Time je i Univerzitetu "Mediteran" i Crnoj Gori u cjelini učinio osobitu čast. Ogromno znanje i iskustvo profesora Kotlera koje će on, tokom svog boravka, barem djelimično podijeliti sa crnogorskim poslovnim i univerzitetskim krugovima, imaće, u svemu tome, značenje dragocjenog putokaza.

Predlog

Na osnovu svega rečenog, imajući još jednom u vidu da je profesor Filip Kotler ime svjetskog glasa, Komisija ima izuzetnu čast i zadovoljstvo da Senatu Univerziteta "Mediteran" predloži da se profesoru Kotleru dodijeli titula počasnog doktora nauka Univerziteta "Mediteran".

U Podgorici, dana 12. juna 2008. godine

Članovi Komisije:

1. Prof. dr Hasan Hanić, s. r.
2. Prof. dr Branko Rakita, s. r.
3. Prof. dr Janko Gogić, s. r.

1.3. Odluka Senata Univerziteta o dodjeli počasnog doktorata

UNIVERZITET "MEDITERAN" PODGORICA
SENAT UNIVERZITETA
Broj: R-765-08
Podgorica, 17. 6. 2008. godine

Senat Univerziteta "Mediteran", na osnovu ovlaštenja iz člana 34 stav 1 alineja 17 Statuta Univerziteta u vezi sa članom 4 i 5 Pravilnika o uslovima i postupku dodjeljivanja počasnog doktorata nauka Univerziteta "Mediteran", u postupku dodjele počasnog doktorata nauka Filipu Kotleru, po predlogu stručne Komisije, na XV sjednici održanoj 17. 6. 2008. godine, donosi

ODLUKU

I Filipu Kotleru profesoru marketinga i međunarodnog menadžmenta na poslediplomskoj školi za menadžment – Kellogg Graduate School of Management Univerziteta Northwestern u Illinoisu dodjeljuje se počasni doktorat nauka (doctor honoris causae – "dr h. c. ") za izuzetan doprinos ekonomskoj nauci u oblasti marketinga.

II Svečana promocija dodjele počasnog doktorata iz tačke I ove odluke obaviće se na Fakultetu za turizam Bar – MTS – "Montenegro Tourism School" 21. juna 2008. godine i tom prilikom Rektor Univerziteta uručiće Filipu Kotleru diplomu počasnog doktora nauka.

III Sadržaj i obrazac diplome počasnog doktorata koja se dodjeljuje Filipu Kotleru odštampan je uz ovu odluku i čini njen sastavni dio.

IV Odluka stupa na snagu danom donošenja.

SENAT
Predsjednik

Prof. dr Janko Radulović, s.r.

1.4. Diploma počasnog doktora nauka

Sadržaj

1. Dodjela počasnog doktorata nauka prof. Filipu Kotleru

1.1. Inicijativa Rektora Univerziteta za dodjelu počasnog doktorata	4
1.2. Prijedlog stručne komisije za dodjelu počasnog doktorata	8
1.3. Odluka Senata Univerziteta o dodjeli počasnog doktorata	10
1.4. Diploma počasnog doktora nauka	10

CIP – Каталогизација у публикацији
Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње

378 (497.16) (05)

BILTEN : Univerzitet "Mediteran" Podgorica /
urednik Janko Radulović . – Br. 1 (2007) – . –
Podgorica (Vakuum i a bb) : Univerzitet
"Mediteran", 2007 (Podgorica : DPC Podgorica). – 30
cm

ISSN 1800–7368 = Bilten (Podgorica)
COBISS.CG – ID 13102096

Podgorica, jun 2008.