



MEDITERRANEAN UNIVERSITY
MONTENEGRO

Univerzitet „Mediteran” Podgorica

Bilten

br. 58

Podgorica, maj 2016



BILTEN

Univerzitet „Mediteran” Podgorica

Univerzitet „Mediteran” Podgorica Vaka Đurovića bb	Broj: 58 Godina: 2016 Podgorica 20.05.2016.	Broj primjeraka: 50 maj 2016.
--	---	----------------------------------

www.unimediteran.net

UNIVERZITET

1. IZVJEŠTAJI RECENZENATA ZA IZBOR U AKADEMSKO ZVANJE ZA PREDMETE POSLOVNE FINANSIJE, MARKETING USLUGA, KORPORATIVNE FINANSIJE I FINANSIJSKA ANALIZA U MARKETINGU – PROF. DR RATIMIRA JOVIĆEVIĆA

1.1. Izvještaj recenzenta prof. dr Saše Popović

FAKULTETU ZA POSLOVNE STUDIJE “MONTENEGRO BUSINESS SCHOOL” UNIVERZITET MEDITERAN PODGORICA

Na osnovu Odluke Senata Univerziteta Mediteran, R-5667/2-15, od 29. 10. 2015. godine o imenovanju Komisije za razmatranje konkursnog materijala i pisanje izvještaja (Recenzentska komisija), koja mi je dostavljena 04. 11. 2015. godine, podnosim sljedeći

IZVJEŠTAJ:

Na Konkurs, objavljen u dnevnom listu Dan, dana 26. 09. 2015. godine za izbor u akademsko zvanje na predmetima: *Poslovne finansije, Marketing usluga, Korporativne finansije i Finansijska analiza u marketingu* na Fakultetu za poslovne studije Montenegro Business School Univerziteta Mediteran, shodno dostavljenoj dokumentaciji, konstatujem da se prijavio jedan kandidat, dr Ratimir Jovićević, vanredni profesor na Fakultetu za poslovne studije Montenegro Business School Univerziteta Mediteran.

I OCJENA USLOVA

Ratimir Jovićević rođen je 03. 05. 1941. u Dujevi, Opština Cetinje. Diplomirao je 1964. na Ekonomskom fakultetu Titogradu, Univerzitet u Beogradu. Pohađao je magistarski kurs Teorija privrednog razvoja na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Postdiplomske studije upisao je 1980. na smjeru Marketing na Ekonomskom fakultetu u Titogradu, a 1984. odbranio magistarsku tezu pod nazivom *Mogućnost jugoslovenskog građevinarstva za širi izlazak na inostrano tržište*. Doktorsku tezu na temu *Strareški pravci tržišne orijentacije građevinarstva Jugoslavije* odbranio je 1990. godine na Ekonomskom fakultetu, Univerzitet Veljko Vlahović u Titogradu. U akademsko zvanje vanrednog profesora izabran je 13. 01. 2011. na Fakultetu za poslovne studije *Montenegro Business School* Univerziteta Mediteran u Podgorici.

Shodno članu 73, stav 1 Zakona o visokom obrazovanju Crne Gore, konstatujem da dr Ratimir Jovićević ispunjava uslove za izbor u akademsko zvanje.

NAUČNOISTRAŽIVAČKI RAD

Naučnoistraživački rad kandidata dr Ratimira Jovićevića odnosi se na oblast finansija, marketinga, osiguranja i bankarstva. Radovi nakon izbora u poslednje akademsko zvanje obuhvataju istraživanja širokog tematskog spektra: od uticaja i posljedica globalne finansijske krize na ekonomiju uopšte i finansijski sistem posebno, preko marketinga u osiguran-

MEDITERAN

ju i bankarskom sektoru, do radova koji tretiraju problem konkrentnosti u crnogorskom građevinarstvu i slično.

Na osnovu Klasifikacione bibliografije koju je priložio kandidat konstatujem da je potrebno izvršiti korekcije:

1. Rad u kategoriji *Knjiga studijskog karaktera* izdata kod nas ne može se uzeti u obzir prilikom kvantifikacije jer nije dokumentovan njen ISBN broj.
2. Radovi u kategoriji 1.2.2. tj. *Radovi u međunarodnim časopisima koji se ne nalaze u bazi podataka, a imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku*, publikovan u časopisu *Ekonomski pogledi*, ne spadaju u ovu kategoriju jer je ovaj časopis odlukom Ministarstva obrazovanja Republike Srbije klasifikovana u kategoriju M53 - domaći časopis, te se kao takvi mogu bodovati do 1,5 bodova (http://kobson.nb.rs/upload/documents/MNTR/Kategorizacija_casopisa/2011/MN-TR2011drustvene_nauke.pdf, pristupljeno 14.12.2015. u 11:20).
3. Rad *Modern Trends of Marketing Development in Banking Industry*, *Journal of Business and Economics* (ISSN: 2155-7950), naveden u kategoriji 1.2.2. moguće je bodovati samo do 4 boda.
4. Rad *Moderni trendovi razvoja*, objavljen u *Bankaru* 24. dec. 2014. spada u kategoriju *Stručni članak* (4.3) i boduje se do 1 boda.

Nakon izvršenih korekcija, konstatujem da kandidat dr Ratimir Jovičević od poslednjeg izbora u akademsko zvanje, u kategoriji Naučnoistraživački rad ima 12 referenci, od kojih:

- 3 rada u kategoriji 1.2.2 (Međunarodni časopisi koji se ne nalazi u međunarodnim bazama, a imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku. Broj bodova u ovoj kategoriji iznosi $2 \times 4 = 8$ i $1 \times 2 = 2$, ukupno 10 bodova.
- 2 rada u u kategoriji 1.2.3 (Domaći časopisi) Broj bodova u oboj kategoriji iznosi ukupno $2 \times 1,5 = 3$
- 7 radova u kategoriji 1.3.1. (Međunarodni kongresi, simpozijumi i seminari). Broj bodova u ovoj kategoriji iznosi $6 \times 2 = 12$ i $1 \times 1 = 1$, ukupno 13 bodova.

Ukupan broj bodova u kategoriji Naučno-istraživački rad iznosi **26**.

Shodno navedenom, korigovana Klsifikaciona bibliografija kandidata dr Ratimira Jovičevića data je u paragrafu II VERIFIKACIJA BODOVANJA.

Od radova dr Jovičevića publikovanim u periodu od poslednjeg izbora, najvažnijim smatram sljedeće:

Modern Trends of Marketing Development in Banking Industry, *Journal of Business and Economics* (ISSN 2155-7950) (priložena potvrda da je rad prihvaćen za objavljivanje). Cilj rada je istraživanje problema inkluzije bankarskog menadžmenta u kreiranju takve marketing strategije koja će zadovoljiti moderne trendove u razvoju marketinga, koji predstavljaju razvoj dugoročnih odnosa sa klijentima banke. Autor navodi da usvajanje poslovne marketing strategije kao razvojnog koncepta u bankama, između ostalog, podrazumijeva usvajanje strategije zasnovane na trdnji da vrijednost bankarske aktive zavisi od vrijednosti klijenata - klijenti su najvažnija aktiva banke. Autor razmatra odnos novih i zadržanih klijenata u domaćim bankama i ukazuje na to da se više pažnje posvećuje privlačenju novih

UNIVERZITET

klijenata, nego brizi o postojećim klijentima. Autor tvrdi da je aktuelni koncept marketing miksa (4P ili 7P) prevaziđen, te da *Relations Marketing* ima značajan uticaj na profit i ukupne performanse banaka.

Rad naslovljen *Nova paradigma marketinga za mala i srednja preduzeća*, (FBIM Transactions, ISSN: 2334-718X), kod kojeg je dr Jovičević koautor sa M. Kovačević i M. Raičević, bavi se razmatranjem marketing odnosa kao valjanog okvira marketinga za MSP. Autor nastoji pokazati da je marketing odnos prikladan za mala i srednja preduzeća, uz postojanje snažnih veza između marketing odnosa, ličnih mreža i MSP. Autor upozorava da je dosadašnja praksa MSP podvrgavana kritici. Iskustva ipak pokazuju da MSP posjeduju jedinstvene karakteristike koje ih značajno razlikuju od velikih preduzeća. S pojavom nove marketing paradigme kao što je „marketing odnos”, marketing doživljava transformaciju i postaje primjenljiviji u praksi MSP. Nakon što razmatraju teorijski pristup marketingu u malim i srednjim preduzećima, autori se fokusiraju na značaj marketing odnosa za mala i srednja preduzeća. Empirijski dio rada karakteriše istraživanje marketinga u malim i srednjim preduzećima u Crnoj Gori, koja, prema autorima, predstavljaju okosnicu privrednog razvoja u Crnoj Gori. Kao rezultat ovog istraživanja autori navode pregled mjera za unapređenje primjene marketing koncepta u MSP u Crnoj Gori. Na osnovu relevantne literature i analize praktičnih problema, autori su došli do saznanja da je marketing koji praktikuju MSP upravo marketing odnosa, čiji su rezultati mreže, i to mreže vlasnika/menadžera.

Uzimajući u obzir da kandidat dr Ratimir Jovičević ima radove publikovane u međunarodnim časopisima, te da ima radove javno prezentirane na međunarodnim konferencijama, smatram da u dijelu naučnoistraživačkog rada kandidat zadovoljava kvalitativne i kvantitativne uslove da bude izabran u zvanje redovni profesor. Naime, shodno članu 13, stavu 2 i 3 Mjerila za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran, kandidat premašuje potreban broj bodova i radova za izbor u akademsko zvanje koje predlažem.

PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST

Dr Ratimir Jovičević bio je profesor u Ekonomskoj školi u Herceg Novom, predavao je na Visokoj školi za stručno usavršavanje kadrova, na poslovima spoljno-trgovinskog poslovanja i ekonomskih odnosa sa inostranstvom, po programu Privredne komore Jugoslavije.

Dr Ratimir Jovičević je, takođe, bio predavač na postdiplomskom studiju Građevinskog fakulteta Univerziteta Crne Gore u Podgorici, na predmetima Marketing i Ekonomija građenja, studijske 1999/2000. god.

Od studijske 2006/2007. godine radi kao docent na Fakultetu za poslovne studije *Montenegro Business School*, Podgorica, a od 13. januara 2011. god. kao vanredni profesor na predmetima: Osnovi marketinga (do 2008.), Poslovne finansije i Marketing usluga (na osnovnim akademskim studijama), Korporativne finansije i Finansjska analiza u marketingu (na specijalističkim studijama).

Na istom fakultetu predaje Marketing finansijskih usluga na magistarskim studijama i drži predavanja iz predmeta Integrisane marketing komunikacije i Marketing odnosa CRM na doktorskim studijama.

Dr Ratimir Jovičević u svom pedagoškom radu koristi savremenu naučnu i stručnu lit-

MEDITERAN

eraturu, što je dokumentovano u njegovoj Klasifikacionoj bibliografiji. Predao je u štampu knjigu *Marketing u savremenom bankarstvu*, kod koje je koautor sa J. Žugić. Bio je komentor i mentor na postdiplomskim i doktorskim studijama na svom fakultetu i gostujući predavač na domaćim i inostranim fakultetima. Na osnovu bodova za kvalitet pedagoškog rada koje mu je dodjelo Vijeće FPS sudim da kandidat dr Jovićević ispunjava pedagoški kvalitet.

Na osnovu svih priloženih dokaza o pedagoškoj osposobljenosti utvrđujem da dr Ratimir Jovićević ispunjava uslove za izbor u zvanje redovni profesor.

STRUČNI RAD

Stručni rad dr Ratimira Jovićević je višeslojan. Koordinator u izradi stručne osnove brojnih zakona i propisa iz oblasti carinskog, spoljno-trgovinskog, deviznog i bankarskog sistema i sistema osiguranja imovine i lica kao: *Zakona o vraćanju stare devizne štednje, Zakona o bankama, Zakona o računovodstvu i reviziji, Zakona o carini i carinskom poslovanju, Zakona o osiguranju imovine i lica, Zakona o Centralnoj banci*, sa svim podzakonskim aktima za njihovo sprovođenje.

Kao pomoćnik ministra finansija radio je na brojnim projektima Vlade (projekat uvođenja dvovalutnog sistema, uvođenje EURA i dr).

Samostalno ili kao rukovodilac izradio je jedan broj studija čiji su organizatori Univerzitet Crne Gore, Građevinski fakultet, Privredna komora i dr. (detaljno opisano u bibliografiji).

Predsjednik je Odbora za reviziju Atlas banke.

Međunarodni je recenzent u časopisima *Ekonomski pogledi i Industrija*.

Prema svemu navedenom, konstatujem da kandidat dr Ratimir Jovićević u potpunosti zadovoljava stručne uslove za izbor u akademsko zvanje redovni profesor.

II VERIFIKACIJA BODOVANJA

KVANTITATIVNA OCJENA REFERENCI OD POSLJEDNJEG IZBORA

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST						UKUPNI BROJ BODOVA
1.1. Monografije	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	
Broj referenci* broj bodova						
1.2. Radovi objavljeni u časopisima		1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4	13
Broj referenci*broj bodova			2x4 1x2	2x1,5		
1.3. Radovi na kongresima, simpozijumima, seminarima			1.3.1	1.3.2	1.3.3	13
Broj referenci*broj bodova			6x2 1x1			
1.4. Uvodno, objavljeno plenarno predavanje				1.4.1	1.4.2	

UNIVERZITET

Broj referenci*broj bodova					
1.5. Recenzije	1.5.1	1.5.2	1.5.3		
Broj referenci*broj bodova					
UKUPNO ZANAUČNOISTRAŽIVAČKU DJELATNOST					26
2. UMJETNIČKA DJELATNOST					
Premijerno predstavljanje					
Broj referenci/broj bodova					
UKUPNO ZA UMJETNIČKU DJELATNOST					
3. PEDAGOŠKA DJELATNOST					
3.1. Udžbenici	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4	5
Broj referenci*broj bodova		5			
3.2. Priručnici		3.2.1	3.2.2	3.2.3	
Broj referenci*broj bodova					
3.3. Gostujući profesor			3.3.1	3.3.2	
Broj referenci*broj bodova					
3.4. Mentorstvo		3.4.1	3.4.2	3.4.3	23
Broj referenci*broj bodova			2x2	38x0,5	
3.5. Kvalitet pedagoškog rada (može se koristiti ukoliko se na zvaničnim student-skim anketama najmanje tri godine uzastopno dobiju odlične ocjene za sve elemente pedagoškog rada)					5
UKUPNO ZA PEDAGOŠKU DJELATNOST					33
4. STRUČNA DJELATNOST					
4.1. Stručna knjiga			4.1.1	4.1.2	
Broj referenci*broj bodova					
4.2. Urednik ili koeditor		4.2.1	4.2.2	4.2.3	
Broj referenci*broj bodova					
4.3. Stručni članak				4.3.1	0,5
Broj referenci*broj bodova				1x0,5	
4.4. Objavljeni prikazi				4.4.1	
Broj referenci*broj bodova					
4.5. Popularno-stručni članci				4.5.1	
Broj referenci*broj bodova					
4.6. Ostala dokumentovana stručna djelatnost				4.6.1	20
Broj referenci*broj bodova				6	
UKUPNO ZA STRUČNU DJELATNOST					20,5

MEDITERAN

PREGLED RADOVA I BODOVA NAKON PRETHODNOG IZBORA

1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	Bodovi	Broj radova	Broj Bodova
1.	Monografije			
1.1	Autorska naučna monografija izdata od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 20 bodova		
1.2	Dio naučne monografije izdate od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 10 bodova		
1.3	Autorska naučna monografija izdata kod nas i u okruženju čiji su izdavači akademije nauka, ili državni univerziteti:	do 10 bodova		
	Knjiga studijskog karaktera izdata kod nas	do 7 bodova		
	Dio naučne monografije izdate kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka, državni i privatni univerziteti i dio knjige studijskog karaktera izdate kod nas	do 50% predviđenih bodova		
1.2	Radovi objavljeni u časopisima			
1.2.1	Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka	do 7 bodova		
1.2.2	Radovi u međunarodnim časopisima koji se ne nalaze u bazi podataka, a imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku.	do 4 boda		
	Ratimir Jovičević (2013), <i>Modern trend of marketing development in banking industry</i> , 2nd International M-Sphere conference for multidisciplinary in sciences and business, 397-406, Dubrovnik, ISB 978-953-7930-03-5. Rad preuzet za objavljivanje od Journal of Business and Economics, ISSN 2155-7950, New York, USA, prilog Paper Acceptance letter.		1	4
	Ratimir Jovičević , Vladimir Ivanović, <i>Relationship marketing as an effective strategy guidelines and a guarantee of success in the business of a modern company</i> , MEST Journal, 01 15, 2014. -1:Vol. 2. - pp. 125-132. -ISSN 2334-7058 (online): ISSN231-7171		1	4
	Ratimir Jovičević , Milica Kovačević, Milica Raičević, <i>Nova paradigma marketinga za mala i srednja preduzeća</i> , str. 174-185. MESTE ISSN 2334-718X, 07 15, 2014, FBIM Transaction Vol. 2, prezentovan na međunarodnoj konferenciji Menadžment 2014, Zbornik radova, ISBN 978-86-80127-64-4, str.516-530.		1/2	2

UNIVERZITET

1.2.3	Radovi objavljeni u domaćim časopisima	do 1,5 bod		
	Ratimir Jovičević (2012), <i>Globalne finansijske krize, pouke i poruke, iz krize u krizu</i> , Ekonomski pogledi, Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, Priština, 2/2012, str. 47-61, ISSN/1450-7951. Rad je prezentovan na međunarodnoj naučnoj konferenciji ES-NBE 2011, Kosovska Mitrovica 9-10 novembar 2011.		1	1,5
	Ratimir Jovičević , (2013), <i>Savremeni marketing pristup osiguranju, Ekonomski pogledi</i> , Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, 2013. 15, Vol. 31. 1/2013 str. 63-81, ISSN 1450-7951.		1	1,5
1.3	Radovi objavljeni na kongresima i simpozijumima:			
1.3.1	Međunarodni:	do 2 boda		
	Ratimir Jovičević , <i>Marketing mix in the Catering, Hotel industry and Tourism 4P + 3P</i> , 2nd Advances in hospitality and tourism marketing & management conference, Zbornik radova, ISBN: 978-960-287-739-3, Krf, Grčka, maj -jun, 2012. Prilog Certificate		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Financial crises and construction industry-messages</i> , 14th International Symposium, Zbornik radova str. 490-496, DGKM MASE, ISBN, -9989-9785-1-8 (knj. 2), Struga, Makedonja, 2012, Arhitektonski fakultet Skoplje.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Ključni faktori konkurentnosti crnogorskog građevinarstva</i> , 4th Internacionalni naučni skup - teorija nauka i praksa, Zbornik radova, Univerzitet Crne Gore Građevinski fakultet, Žabljak 20-24 januar 2014.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>The key specificities of branding in area servicing</i> , 1st International M-Spere Conference for Multidisciplinary in Business and Science, Zbornik radova, str. 215-221, ISBN 978-953-99762-9-1, Dubrovnik, Hrvatska 4-6 oktobar, 2012.		1	2
	Ratimir Jovičević , Ljubica Jovičević, <i>Marketing orientated in superior value and longterm relationship with consumers</i> , 7th International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 534-543, ISBN 978-953-6125-12-8, New York City, USA, 24 oktobar 2014.		1	2

	Ratimir Jovičević, Ljubica Jovicević, <i>Significance of long-term relations with customers in the modern enterprise marketing</i> , 2 International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 1076-1085, ISBN 978-961-6825 -73-3, Paris, 5 april, 2013.		1	2
	Ratimir Jovičević, Jelena Žugić, Milica Raičević, <i>New Marketing Environment - The Ranges and Limits</i> , International Congress AVA-AGRIMBA, 26-27 June, 2013.		1/2	1
3.	PEDAGOŠKA DJELATNOST			
3.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi u inostranstvu	do 10 bodova		
3.1.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas	do 6 bodova		
3.1.2	Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas	do 5 bodova		
	James C. van Horne i J. Wasowcvh, <i>Osnovi finansijskog menadžmenta</i> , za predmet Korporativne finansije, Data Status, Beograd 2007.			5
	George E. Ruth, <i>Analiza finansijskih izvještaja za predmet finansijska analiza u marketingu</i> , Daily Press d.o.o.			
	John E.G. Bateson, K. Douglas Hoffman <i>Marketing usluga</i> , Data status, 2013.			
	Peelen E. Beltman R., <i>Customer Relationship Management</i> , Pearson Education Limited, 2013, za doktorske studije, za predmet CRM-N Marketing odnosa			
	Pelsmocker, D., Geuens, M. Bergh, V., 2010, <i>Marketing communications</i> , Pearson Education, UK, za doktorsske sudije IMK			
3.1.3	Novo, dopunjeno izdanje	do 5 bodova		
3.1.4	Udžbenici za preduniverzitetsko obrazovanje	do 2 boda		
3.2	Priručnici rječnici, leksikoni izdati u inostranstvu	do 2 boda		
3.2.1	Priručnici rječnici, leksikoni izdati kod nas	do 2 boda		
3.2.2	Studijski priručnici	do 1 bod		
3.3.1	Gostujući profesori na inostranim univerzitetima	do 8 bodova		
3.3.2	Gostujući profesor na domaćim univerzitetima	do 4 boda		
3.2.4	Mentorstvo (komentorstvo se vrednuje polovinom bodova)	do 4 boda		
3.4.1	Na doktorskim studijama	do 2 boda	2x2	4

UNIVERZITET

3.4.2	Na postdiplomskom studiju	do 0,5 boda	38	19
3.4.3	Na dodiplomskom studiju	do 5 bodova	0,5	
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno nastave: na predlog vijeća univerzitetske jedinice, ako nije bilo značajnih primjedbi eksternih evaluatora, uprave fakulteta i studenata	do 5 bo- dova		5
4.	STRUČNA DJELATNOST			
4.1	Stručna knjiga			
4.1.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.1.2	U zemlji	do 3 boda		
4.2	Urednik ili koeditor časopisa knjige, urednik kontinuiranih umjetničkih programa (u trajanju dužem od devet mjeseci)			
4.2.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.2.2	U zemlji	do 4 boda		
	Izdavač i koeditor edicije Književne paralele, 2014. i 2015. godine	0,5		
4.2.3	Prevod naučnog i književnog djela	do 3 boda		
4.2.4	Stručni članak			
	Ratimir Jovičević, <i>Moderni trendovi razvoja</i>, Bankar br. 24, decembar 2013, ISSN 1800-7465 977 1800 976009, Podgorica.	do 0,5 boda	1	0,5
4.4	Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize	do 0,1 bod		
4.5	Popularno-stručni članci	do 0,1 bod		
4.6	Ostala dokumentovana stručna djelatnost	do 20 bodova		
	Koordinator u izradi stručne osnove brojnih zakona i propisa iz oblasti carinskog spoljno-trgovinskog,deviznog i bankarskog sistema i sistema osiguranja imovine i lica kao: <i>Zakona o vraćanju stare devizne štednje, Zakona o bankama Zakona o računovodstvu i reviziji, Zakona o carini i carinskom poslovanju, Zakonu o osiguranju imovine i lica, Zakona o Centralnoj banci</i> ,sa svim podzakonskim aktima za njihovo sprovođenje.			20
	Kao pomoćnik ministra finansija radio je na brojnim projektima Vlade(projekat uvođenja dvovalutnog sistema,uvođenje EURAi dr).			

MEDITERAN

Samostalno ili kao rukovodilac izradio je jedan broj studija čiji su organizatori Univerzitet Crne Gore, Građevinski fakultet, Privredna komora i dr (detaljno opisano u bibliografiji).			20
Predsjednik Odbora za reviziju Atlas banke			
Međunarodni recenzent u časopisima <i>Ekonomski pogledi i Industrija</i>			

ZBIRNI PREGLED UKUPNOG BROJA REFERENCI PO OBLASTIMA DJELATNOSTI I BODOVA

DJELATNOST	BROJ RADOVA			BROJ BODOVA		
		Poslije izbora	Ukupno		Poslije izbora	Ukupno
1. Naučno-istraživačka	29	12	41	60,5	26	86,5
3. Pedagoška	27	6	33	23	33	56
4. Stručna	10	1	11	21	20,5	41,5
UKUPNO	66	19	85	104,5	79,5	184

III MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu konkursnog materijala i raspoloživih podataka o naučnoistraživačkim aktivnostima, pedagoškom i stručnom radu, zaključujem da kandidat dr Ratimir Jovičević ispunjava uslove, predviđene Zakonom o visokom obrazovanju Crne Gore, Statutom Univerziteta Mediteran i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran, za izbor u zvanje redovnog profesora.

Predlažem Senatu Univerziteta Mediteran da dr Ratimira Jovičevića izabere u zvanje redovni profesor za predmete: Poslovne finansije, Marketing usluga, Korporativne finansije i Finansijska analiza u marketingu Fakulteta za poslovne studije Montenegro Business School Univerziteta Mediteran.

Podgorica, 14. 12. 2015. godine.

Član recenzentske komisije
Prof. dr Saša Popović
redovni profesor
Univerzitet Crne Gore
Ekonomski fakultet

UNIVERZITET

1.2. Izvještaj recenzenta prof. dr Hasana Hanića

Odlukom Senata Univerziteta Mediteran br. R-2-5667/2-15 od 29. 10. 2015. godine, imenovan sam za člana recenzentske komisije za izbor u akademsko zvanje za predmete: *Poslovne finansije, Marketing usluga, Korporativne finansije, Finansijska analiza u marketingu.*

Na Konkurs za izbor u akademsko zvanje za pomenute predmete objavljen u dnevnom listu *Dan* 26. 09. 2015. prijavio se jedan kandidat - dr Ratimir Jovičević, vanredni profesor na Fakultetu za poslovne studije, Univerziteta Mediteran.

Na osnovu uvida u predmetnu dokumentaciju, radove i projekte podnosim sljedeći:

IZVJEŠTAJ:

I PODACI O KANDIDATU (BIOGRAFSKI PODACI)

Ratimir Jovičević rođen je 03. 05. 1941. u Dujevi - Opština Cetinje. Osnovnu školu završio je u Rijeci Crnojevica, Gimnaziju u Puli (Hrvatska). Diplomirao je 1964. na Ekonomskom fakultetu u Titogradu - Univerzitet u Beogradu. Pohađao je magistarski kurs *Teorija Privrednog razvojanja* Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Postdiplomske studije je upisao 1980/1981. na smjeru Marketing na Ekonomskom fakultetu u Titogradu, a 1984. odbranio magistarsku tezu pod nazivom *Mogućnost jugoslovenskog građevinarstva za širi izlazak na inostrano tržište*. Doktorsku tezu na temu *Strareški pravci tržišne orijentacije građevinarstva Jugoslavije* odbranio je 1990. godine na Ekonomskom fakultetu, Univerzitet *Veljko Vlahović* u Titogradu.

U akademsko zvanje vanrednog profesora izabran je 13. 01. 2011. na Fakultetu za poslovne studije, Montenegro Business School Univerziteta Mediteran u Podgorici.

PODACI O RADNOM ANGAŽOVANJU

Dr Ratimir Jovičević, stalni radni odnos zasnovao je 01. 10. 1964. godine u Elektroindustriji *Obod* - Cetinje, gdje je obavljao poslove rukovodioca finansija i investicija u periodu kada se ovo preduzeće najdinamičnije razvijalo.

Od 20. 06. 1970. godine radio je u Centru za naučne skupove u Herceg Novom na mjestu zamjenika direktora i mjestu direktora.

Od 20. jula 1975. godine radio je u Privrednoj komori Crne Gore, na mjestu sekretara Savjeta za malu privredu, sekretara Savjeta za građevinarstvo i industriju građevinskog materijala, sekretara Odbora za ekonomske odnose sa inostranstvom i na mjestu šefa Odsjeka za privredni sistem, ekonomsku politiku i finansije. Od 15. 07. 1992. godine angažovan je kao pomoćnik ministra finansija za oblast privredni sistem i finansije u Ministarstvu finansija Vlade Republike Crne Gore, a nakon toga obavljao je dužnost savjetnika ministra za ovu oblast.

Bio je profesor u Ekonomskoj školi u Herceg Novom, predavao je na Visokoj školi za stručno usavršavanje kadrova, na poslovima spoljno-trgovinskog poslovanja i ekonomskih

MEDITERAN

odnosa sa inostranstvom, po programu Privredne komore Jugoslavije.

Dr Ratimir Jovičević bio je predavač na postdiplomskom studiju Građevinskog fakulteta Univerziteta Crne Gore u Podgorici, na predmetima Marketing i Ekonomija građenja, studijske 1999/2000. god. Od studijske 2006/2007.godine radi kao docent na Fakultetu za poslovne studije Montenegro Business School, Podgorica, a od 13. januara 2011. god. kao vanredni profesor na predmetima: Osnovi marketinga (do 2008.), Poslovne finansije i Marketing usluga (na osnovnim akademskim studijama), Korporativne finansije i Finansjska analizau marketing (na specijalističkim studijama). Na istom fakultetu predaje Marketing finansijskih usluga na magistarskim studijama i drži predavanja iz predmeta Integrisane marketing komunikacije i Marketing odnosa CRM na doktorskim studijama. Tokom bogate stručne karijere uglavnom je obavljao složene i odgovorne poslove u privredi i privrednim asocijacijama, radio je kao pomoćnik ministra za finansije za oblast privrede i finansija preko 12 godina. Posebno interesovanja pokazuje u oblasti marketinga i finansija, javnih i poslovnih finansija i revizije finansijskih izvještaja.

Rukovodio je ili saradivao (u svojstvu člana naučno-istraživačkog tima) na preko dvadeset projekata, od koji je devet projekata od strateškog značaja za privredu Republike Crne Gore. Bio je član Naučnog društva ekonomista Jugoslavije, Akademije ekonomskih nauka u Beogradu, predsjednik Savjeta revizora i računovođa Crne Gore, predsjednik Skupštine saveza računovođa i revizora Crne Gore, predsjednik Upravnog odbora Podgoričke i Pljevaljske banke, član Monetarnog savjeta Narodne banke Crne Gore, koji je sproveo monetarne i finansijske reforme u Crnoj Gori. Obavljao je i niz drugih funkcija na opštinskom, republičkom i saveznom nivou i imao više studijskih boravaka u inostranstvu, vezanih za oblast finansija, bankarstva i osiguranja.

II KLASIFIKACIONA BIBLIOGRAFIJA

KVANTITATIVNA OCJENA REFERENCI OD POSLJEDNJEG IZBORA

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST						UKUPNI BROJ BODOVA
1.1. Monografije	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	
Broj referenci* broj bodova						
1.2. Radovi objavljeni u časopisima		1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4	21,33
Broj referenci*broj bodova		3x6	0,5x4 0,33x4			
1.3. Radovi na kongresima, simpozijumima, seminarima			1.3.1	1.3.2	1.3.3	10,67
Broj referenci*broj bodova			4x2 (0,5x2)x2 0,33x2			
1.4. Uvodno, objavljeno plenarno predavanje				1.4.1	1.4.2	
Broj referenci*broj bodova						

UNIVERZITET

1.5. Recenzije	1.5.1	1.5.2	1.5.3	
Broj referenci*broj bodova				
UKUPNO ZANAUČNOISTRAŽIVAČKU DJELATNOST				32
2. UMJETNIČKA DJELATNOST				
Premijerno predstavljanje				
Broj referenci/broj bodova				
UKUPNO ZA UMJETNIČKU DJELATNOST				
3. PEDAGOŠKA DJELATNOST				
3.1. Udžbenici	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4
Broj referenci*broj bodova		5		
3.2. Priručnici	3.2.1	3.2.2	3.2.3	
Broj referenci*broj bodova				
3.3. Gostujući profesor		3.3.1	3.3.2	
Broj referenci*broj bodova				
3.4. Mentorstvo	3.4.1	3.4.2	3.4.3	
Broj referenci*broj bodova		2x2	38x0,5	23
3.5. Kvalitet pedagoškog rada (može se koristiti ukoliko se na zvaničnim studentskim anketama najmanje tri godine uzastopno dobiju odlične ocjene za sve elemente pedagoškog rada)				5
UKUPNO ZA PEDAGOŠKU DJELATNOST				33
4. STRUČNA DJELATNOST				
4.1. Stručna knjiga		4.1.1	4.1.2	
Broj referenci*broj bodova				
4.2. Urednik ili koeditor	4.2.1	4.2.2	4.2.3	
Broj referenci*broj bodova				
4.3. Stručni članak			4.3.1	
Broj referenci*broj bodova			1x0,5	0,5
4.4. Objavljeni prikazi			4.4.1	
Broj referenci*broj bodova				
4.5. Popularno-stručni članci			4.5.1	
Broj referenci*broj bodova				
4.6. Ostala dokumentovana stručna djelatnost			4.6.1	
Broj referenci*broj bodova			6	20
UKUPNO ZA STRUČNU DJELATNOST				20,5

MEDITERAN

PREGLED RADOVA I BODOVA NAKON PRETHODNOG IZBORA

1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	Bodovi	Broj radova	Broj Bodova
1.	Monografije			
1.1	Autorska naučna monografija izdata od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 20 bodova		
1.2	Dio naučne monografije izdate od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 10 bodova		
1.3	Autorska naučna monografija izdata kod nas i u okruženju čiji su izdavači akademije nauka, ili državni univerziteti:	do 10 bodova		
1.4	Knjiga studijskog karaktera izdata kod nas	do 7 bodova		
	Ratimir Jovičević , Jelena Žugić, <i>Marketing u savremenom bankarstvu</i> , Univerzitet Mediteran, 2015. (predata u štampu)			
1.2	Radovi objavljeni u časopisima			
1.2.1	Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka	do 7 bodova		
	Ratimir Jovičević (2012), <i>Globalne finansijske krize, pouke i poruke, iz krize u krizu</i> , Ekonomski pogledi, Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, Priština, 2/2012, str. 47-61, ISSN/1450-7951. Rad je prezentovan na međunarodnoj naučnoj konferenciji ES-NBE 2011, Kosovska Mitrovica 9-10 novembar 2011.		1	6
	Ratimir Jovičević , (2013), <i>Savremeni marketing pristup osiguranju</i> , Ekonomski pogledi, Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, 2013. 15, Vol. 3 1.1/2013 str.63-81, ISSN 1450-7951.		1	6
	Ratimir Jovičević (2013), <i>Modern trend of marketing development in banking industry</i> , 2nd International M-sphere conference for multidisciplinary in science and business, 397-406, Dubrovnik, ISB 978-953-7930-o3-5. Rad preuzet za objavljivanje od Journal of Business and Economics, ISSN 2155-7950, New York, USA, prilog Paper Acceptance leter.		1	6
1.2.2	Radovi u međunarodnim časopisima koji se ne nalaze u bazi podataka, a imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku.	do 4 boda		

UNIVERZITET

	Ratimir Jovičević , Vladimir Ivanović, <i>Relationship marketing as an effective strategy guidelines and a guarantee of success in the business of a modern company</i> , MEST Journal, 01 15, 2014. -1:Vol. 2. - pp. 125-132. -ISSN 2334-7058 (online): ISSN231-7171		1/2	4
	Ratimir Jovičević , Milica Kovačević, Milica Raičević, <i>Nova paradigma marketinga za mala i srednja preduzeća</i> , str. 174-185. MESTE ISSN 2334-718X, 07 15, 2014, FBIM Transaction Vol. 2, prezentovan na međunarodnoj konferenciji Menadžment 2014, Zbornik radova, ISBN 978-86-80127-64-4, str.516-530.		1/3	4
1.2.3	Radovi objavljeni u domaćim časopisima	do 1,5 bod		
	Ratimir Jovičević , <i>Moderni trendovi razvoja</i> , Bankar br. 24, decembar 2013., ISSN 1800-7465 977 1800 976009, Podgorica.		1	1
1.3	Radovi objavljeni na kongresima i simpozijumima:			
1.3.1	Međunarodni:	do 2 boda		
	Ratimir Jovičević , <i>Marketing mix in the Catering, Hotel industry and Tourism 4P + 3P</i> , 2nd Advances in hospitality and tourism marketing & management conference, Zbornik radova, ISBN: 978-960-287-739-3, Krf, Grčka, maj –jun, 2012. Prilog Certificate		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Financial crises and constructionindustry-messages</i> , 14th International Symposium, Zbornik radova str. 490-496, DGKM MASE, ISBN, -9989-9785-1-8 (knj. 2), Struga, Makedonja, 2012, Arhitektonski fakultet Skoplje.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Ključni faktori konkurentnosti crnogorskog građevinarstva</i> , 4th Internacionalni naučni skup – teorija nauka i praksa, Zbornik radova, Univerzitet Crne Gore Građevinski fakultet, Žabljak 20-24 januar 2014.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>The key specificities of branding in area servicing</i> , 1st International M-Spere Conference for Multidisciplinary in Business and Science, Zbornik radova, str. 215-221, ISBN 978-953-99762-9-1, Dubrovnik, Hrvatska 4-6 oktobar, 2012.		1	2

MEDITERAN

	Ratimir Jovičević , Ljubica Jovičević, <i>Marketing orientated in superior value and longterm relationship with consumers</i> , 7th International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 534-543, ISBN 978-953-6125-12-8, New York City, USA, 24 oktobar 2014.		1/2	2
	Ratimir Jovičević , Ljubica Jovičević, <i>Significance of long-term relations with customers in the modern enterprise marketing</i> , 2 International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 1076-1085, ISBN 978-961-6825-73-3, Paris, 5 april, 2013.		1/2	2
	Ratimir Jovičević , Jelena Žugić, Milica Raičević, <i>New Marketing Environment - The Ranges and Limits</i> , International Congress AVA-AGRIMBA, 26-27 June, 2013.		1/3	2
3.	PEDAGOŠKA DJELATNOST			
3.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi u inostranstvu	do 10 bodova		
3.1.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas	do 6 bodova		
	Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas			
	James C. van Horne i J. Wasowcvh, <i>Osnovi finansijskog menadžmenta</i> , za predmet Korporativne finansije, Data Status, Beograd 2007.			5
	George E. Ruth, <i>Analiza finansijskih izvještaja za predmet finansijska analiza u marketingu</i> , Daily Press d.o.o.			
	John E.G. Bateson, K. Douglas Hoffman <i>Marketing usluga</i> , Data status, 2013.			
	Peelen E. Beltman R., <i>Customer Relationship Management</i> , Pearson Education Limited, 2013, za doktorske studije, za predmet CRM-N Marketing odnosa			
	Pelsmocker, D., Geuens, M. Bergh, V., 2010, <i>Marketing communications</i> , Pearson Education, UK, za doktorsske sudije IMK			
3.1.2	Novo, dopunjeno izdanje	do 5 bodova		
3.1.3	Udžbenici za preduniverzitetsko obrazovanje	do 2 boda		
3.1.4	Priručnici rječnici, leksikoni izdati u inostranstvu	do 2 boda		
3.2	Priručnici rječnici, leksikoni izdati kod nas	do 2 boda		
3.2.1	Studijski priručnici	do 1 bod		

UNIVERZITET

3.2.2	Gostujući profesori na inostranim univerzitetima	do 8 bodova		
3.3.1	Gostujući profesor na domaćim univerzitetima	do 4 boda		
3.4	Mentorstvo (komentorstvo se vrednuje polovinom bodova)	do 4 boda		
3.4.1	Na doktorskim studijama	do 2 boda	2x2	4
3.4.2	Na postdiplomskom studiju	do 0,5 boda	38	19
3.4.3	Na dodiplomskom studiju	do 5 bodova	0,5	
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno nastave: na predlog vijeća univerzitetske jedinice, ako nije bilo značajnih primjedbi eksternih evaluatora, uprave fakulteta i studenata	do 5 bodova		5
4.	STRUČNA DJELATNOST			
4.1	Stručna knjiga			
4.1.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.1.2	U zemlji	do 3 boda		
4.2	Urednik ili koeditor časopisa knjige, urednik kontinuiranih umjetničkih programa (u trajanju dužem od devet mjeseci)			
4.2.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.2.2	U zemlji	do 4 boda		
	Izdavač i koeditor edicije Književne paralele, 2014. i 2015. godine	0,5		
4.2.3	Prevod naučnog i književnog djela	do 3 boda		
4.2.4	Stručni članak			
	Ratimir Jovičević, <i>Moderni trendovi razvoja</i>, Bankar br. 24, decembar 2013, ISSN 1800-7465 977 1800 976009, Podgorica.	do 0,5 boda	1	0,5
4.4	Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize	do 0,1 bod		
4.5	Popularno-stručni članci	do 0,1 bod		
4.6	Ostala dokumentovana stručna djelatnost	do 20 bodova		

MEDITERAN

Koordinator u izradi stručne osnove brojnih zakona i propisa iz oblasti carinskog spoljno-trgovinskog,deviznog i bankarskog sistema i sistema osiguranja imovine i lica kao: <i>Zakona o vraćanju stare devizne štednje, Zakona o bankama Zakona o računovodstvu i reviziji, Zakona o carini i carinskom poslovanju, Zakonu o osiguranju imovine i lica, Zakona o Centralnoj banci</i> ,sa svim podzakonskim aktima za njihovo sprovođenje.			20
Kao pomoćnik ministra finansija radio je na brojnim projektima Vlade(projekat uvođenja dvovalutnog sistema,uvođenje EURAi dr).			
Samostalno ili kao rukovodilac izradio je jedan broj studija čiji su organizatori Univerzitet Crne Gore, Građevinski fakultet,Privredna komora i dr (detaljno opisano u bibliografiji).			
Predsjednik Odbora za reviziju Atlas banke			
Međunarodni recenzent u časopisima <i>Ekonomski pogledi i Industrija</i>			

ZBIRNO: RADOVI I BODOVI

DJELATNOST	BROJ RADOVA			BROJ BODOVA		
		Poslije izbora	Ukupno		Poslije izbora	Ukupno
1. Naučno-istraživačka	29	12	41	60,5	32	92,5
2. Umjetnička						
3. Pedagoška	27	5	32	23	33	56
4. Stručna	10	1	11	21	20,5	41,5
UKUPNO	66	18	84	104,5	85,5	190

IV MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu analize svih elemenata (bibliografije, radnog iskustva, naučno istraživačkog i pedagoškog rada) bitnih za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje redovnog profesora, sa zadovoljstvom konstatujem da vanredni profesor dr Ratimir Jovićević ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju RCG i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran Podgorica.

Uzimajući u obzir sve gore navedene elemente, zadovoljstvo mi je da predložim da se vanredni profesor dr Ratimir Jovićević bira u akademsko zvanje redovnog
Beograd, 03. 03. 2016. godine.

Član recenzentske komisije
dr Hasan Hanić
Redovni profesor
Univerziteta u Beogradu i
Univerziteta UNION u Beogradu

UNIVERZITET

1.3. Izvještaj recenzenta prof. dr Mira Blečića

Odlukom Senata Univerziteta Mediteran broj R-5667/2-15 od 29. 10. 2015. godine imenovan sam za člana recenzentske komisije za izbor u akademsko zvanje za predmete: *Poslovne finansije, Marketing usluga, Korporativne finansije, Finansijska analiza u marketingu.*

Na Konkurs za izbor u akademsko zvanje za pomenute predmete objavljenom u dnevnom listu *Dan* 26. 09. 2015. prijavio se jedan kandidat - dr Ratimir Jovičević, vanredni profesor na Fakultetu za poslovne studije, Univerziteta Mediteran Podgorica.

Na osnovu uvida u predmetnu dokumentaciju, radove i projekte podnosim sljedeći:

IZVJEŠTAJ:

I PODACI O KANDIDATU (BIOGRAFSKI PODACI)

Ratimir Jovičević rođen je 03. 05. 1941. u Dujevi, Opština Cetinje. Osnovnu školu završio je u Rijeci Crnojevica, a Gimnaziju u Puli (Hrvatska). Diplomirao je 1964. na Ekonomskom fakultetu u Titogradu, Univerzitet u Beogradu. Pohađao je magistarski kurs *Teorija privrednog razvoja* na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Postdiplomske studije je upisao 1980/1981. na smjeru Marketing na Ekonomskom fakultetu u Titogradu, a 1984. odbranio magistarsku tezu pod nazivom *Mogućnost jugoslovenskog građevinarstva za širi izlazak na inostrano tržište*. Doktorsku tezu na temu *Strareški pravci tržišne orijentacije građevinarstva Jugoslavije* odbranio je 1990. godine na Ekonomskom fakultetu, Univerzitet *Veljko Vlahović* u Titogradu.

U akademsko zvanje vanrednog profesora izabran je 13. 01. 2011. na Fakultetu za poslovne studije *Montenegro Business School* Univerziteta Mediteran u Podgorici.

PODACI O RADNOM ANGAŽOVANJU

Dr Ratimir Jovičević stalni radni odnos zasnovao je 01. 10. 1964. godine u Elektroindustriji *Obod* - Cetinje, gdje je obavljao poslove rukovodioca finansija i investicija u periodu kada se ovo preduzeće najdinamičnije razvijalo.

Od 20. 06. 1970. godine radio je u Centru za naučne skupove u Herceg Novom, na mjestu zamjenika direktora i mjestu direktora.

Od 20. jula 1975. godine radio je u Privrednoj komori Crne Gore, na mjestu sekretara Savjeta za malu privredu, sekretara Savjeta za građevinarstvo i industriju građevinskog materijala, sekretara Odbora za ekonomske odnose sa inostranstvom i na mjestu šefa Odsjeka za privredni sistem, ekonomsku politiku i finansije. Od 15. 07. 1992. godine angažovan je kao pomoćnik ministra finansija za oblast privredni sistem i finansije u Ministarstvu finansija Vlade Republike Crne Gore, a nakon toga obavljao je dužnost savjetnika ministra za ovu oblast.

Bio je profesor u Ekonomskoj školi u Herceg Novom, predavao je na Visokoj školi za stručno usavršavanje kadrova, na poslovima spoljno-trgovinskog poslovanja i ekonomskih

MEDITERAN

odnosa sa inostranstvom, po programu Privredne komore Jugoslavije.

Dr Ratimir Jovičević bio je predavač na postdiplomskom studiju Građevinskog fakulteta Univerziteta Crne Gore u Podgorici, na predmetima Marketing i Ekonomija građenja, studijske 1999/2000. godine. Od studijske 2006/2007. godine radi kao docent na Fakultetu za poslovne studije Montenegro Business School, Podgorica, a od 13. januara 2011. godine kao vanredni profesor na predmetima: Osnovi marketinga (do 2008.), Poslovne finansije i Marketing usluga (na osnovnim akademskim studijama), Korporativne finansije i Finansijska analiza marketingu (na specijalističkim studijama). Na istom fakultetu predaje Marketing finansijskih usluga na magistarskim studijama i drži nastavu na predmetu Integrisane marketing komunikacije i Marketing odnosa CRM na doktorskim studijama. Tokom bogate stručne karijere uglavnom je obavljao složene i odgovorne poslove u privredi i privrednim asocijacijama. Radio je i kao pomoćnik ministra za finansije za oblast privrede i finansija preko 12 godina. Posebno interesovanja pokazuje u oblasti marketinga i finansija, javnih i poslovnih finansija i revizije finansijskih izvještaja.

Rukovodio je ili saradivao (u svojstvu člana naučno-istraživačkog tima) na preko dvadeset projekata, od čega je devet projekata od strateškog značaja za privredu Republike Crne Gore. Bio je član Naučnog društva ekonomista Jugoslavije, Akademije ekonomskih nauka u Beogradu, predsjednik Savjeta revizora i računovođa Crne Gore, predsjednik Skupštine Saveza računovođa i revizora Crne Gore, predsjednik Upravnog odbora Podgoričke i Pljevaljske banke, član Monetarnog savjeta Narodne banke Crne Gore, koji je sproveo monetarne i finansijske reforme u Crnoj Gori. Obavljao je i niz drugih funkcija na opštinskom, republičkom i saveznom nivou i imao više studijskih boravaka u inostranstvu, vezanih za oblast finansija, bankarstva i osiguranja.

II KLASIFIKACIONA BIBLIOGRAFIJA

KVANTITATIVNA OCJENA REFERENCI OD POSLJEDNJEG IZBORA

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST						UKUPNI BROJ BODOVA
1.1. Monografije	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	
Broj referenci* broj bodova						
1.2. Radovi objavljeni u časopisima	1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4		21,33
Broj referenci*broj bodova		3x6	0,5x4 0,33x4			
1.3. Radovi na kongresima, simpozijumima, seminarima		1.3.1	1.3.2	1.3.3		10,67
Broj referenci*broj bodova		4x2 (0,5x2)x2 0,33x2				
1.4. Uvodno, objavljeno plenarno predavanje				1.4.1	1.4.2	
Broj referenci*broj bodova						

UNIVERZITET

1.5. Recenzije	1.5.1	1.5.2	1.5.3	
Broj referenci*broj bodova				
UKUPNO ZANAUČNOISTRAŽIVAČKU DJELATNOST				32
2. UMJETNIČKA DJELATNOST				
Premijerno predstavljanje				
Broj referenci/broj bodova				
UKUPNO ZA UMJETNIČKU DJELATNOST				
3. PEDAGOŠKA DJELATNOST				
3.1. Udžbenici	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4
Broj referenci*broj bodova		5		
3.2. Priručnici	3.2.1	3.2.2	3.2.3	
Broj referenci*broj bodova				
3.3. Gostujući profesor		3.3.1	3.3.2	
Broj referenci*broj bodova				
3.4. Mentorstvo	3.4.1	3.4.2	3.4.3	
Broj referenci*broj bodova		2x2	38x0,5	23
3.5. Kvalitet pedagoškog rada (može se koristiti ukoliko se na zvaničnim studentskim anketama najmanje tri godine uzastopno dobiju odlične ocjene za sve elemente pedagoškog rada)				3
UKUPNO ZA PEDAGOŠKU DJELATNOST				33
4. STRUČNA DJELATNOST				
4.1. Stručna knjiga		4.1.1	4.1.2	
Broj referenci*broj bodova				
4.2. Urednik ili koeditor	4.2.1	4.2.2	4.2.3	
Broj referenci*broj bodova				
4.3. Stručni članak			4.3.1	
Broj referenci*broj bodova			1x0,5	0,5
4.4. Objavljeni prikazi			4.4.1	
Broj referenci*broj bodova				
4.5. Popularno-stručni članci			4.5.1	
Broj referenci*broj bodova				
4.6. Ostala dokumentovana stručna djelatnost			4.6.1	
Broj referenci*broj bodova			6	10
UKUPNO ZA STRUČNU DJELATNOST				10,5

MEDITERAN

PREGLJED RADOVA I BODOVA NAKON PRETHODNOG IZBORA

1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	Bodovi	Broj radova	Broj Bodova
1.	Monografije			
1.1	Autorska naučna monografija izdata od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 20 bodova		
1.2	Dio naučne monografije izdate od strane renomiranog međunarodnog izdavača	do 10 bodova		
1.3	Autorska naučna monografija izdata kod nas i u okruženju čiji su izdavači akademije nauka, ili državni univerziteti:	do 10 bodova		
1.4	Knjiga studijskog karaktera izdata kod nas	do 7 bodova		
	Ratimir Jovičević, Jelena Žugić, <i>Marketing u savremenom bankarstvu</i>, Univerzitet Mediteran, 2015. (predata u štampu)			
1.2	Radovi objavljeni u časopisima			
1.2.1	Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka	do 7 bodova		
	Ratimir Jovičević (2012), <i>Globalne finansijske krize, pouke i poruke, iz krize u krizu</i>, Ekonomski pogledi, Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, Priština, 2/2012, str. 47-61, ISSN/1450-7951. Rad je prezentovan na međunarodnoj naučnoj konferenciji ES-NBE 2011, Kosovska Mitrovica 9-10 novembar 2011.		1	6
	Ratimir Jovičević, (2013), <i>Savremeni marketing pristup osiguranju</i>, Ekonomski pogledi, Univerzitet u Prištini, Ekonomski fakultet, 2013. 15, Vol. 3 1.1/2013 str.63-81, ISSN 1450-7951.		1	6
	Ratimir Jovičević (2013), <i>Modern trend of marketing development in banking industry</i>, 2nd International M-sphere conference for multidisciplinary in science and business, 397-406, Dubrovnik, ISB 978-953-7930-03-5. Rad preuzet za objavljivanje od Journal of Business and Economics, ISSN 2155-7950, New York, USA, prilog Paper Acceptance letter.		1	6
1.2.2	Radovi u međunarodnim časopisima koji se ne nalaze u bazi podataka, a imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku.	do 4 boda		

UNIVERZITET

	Ratimir Jovičević , Vladimir Ivanović, <i>Relationship marketing as an effective strategy guidelines and a guarantee of success in the business of a modern company</i> , MEST Journal, 01 15, 2014. -1:Vol. 2. - pp. 125-132. -ISSN 2334-7058 (online): ISSN231-7171		1/2	4
	Ratimir Jovičević , Milica Kovačević, Milica Raičević, <i>Nova paradigma marketinga za mala i srednja preduzeća</i> , str. 174-185. MESTE ISSN 2334-718X, 07 15, 2014, FBIM Transaction Vol. 2, prezentovan na međunarodnoj konferenciji Menadžment 2014, Zbornik radova, ISBN 978-86-80127-64-4, str.516-530.		1/3	4
1.3	Radovi objavljeni na kongresima i simpozijumima:			
1.3.1	Međunarodni:	do 2 boda		
	Ratimir Jovičević , <i>Marketing mix in the Catering, Hotel industry and Tourism 4P + 3P</i> , 2nd Advances in hospitality and tourism marketing & management conference, Zbornik radova, ISBN: 978-960-287-739-3, Krf, Grčka, maj –jun, 2012. Prilog Certificate		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Financial crises and construction industry-messages</i> , 14th International Symposium, Zbornik radova str. 490-496, DGKM MASE, ISBN, -9989-9785-1-8 (knj. 2), Struga, Makedonja, 2012, Arhitektonski fakultet Skoplje.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>Ključni faktori konkurentnosti crnogorskog građevinarstva</i> , 4th Internacionalni naučni skup – teorija nauka i praksa, Zbornik radova, Univerzitet Crne Gore Građevinski fakultet, Žabljak 20-24 januar 2014.		1	2
	Ratimir Jovičević , <i>The key specificities of branding in area servicing</i> , 1st International M-Spere Conference for Multidisciplinary in Business and Science, Zbornik radova, str. 215-221, ISBN 978-953-99762-9-1, Dubrovnik, Hrvatska 4-6 oktobar, 2012.		1	2
	Ratimir Jovičević , Ljubica Jovičević, <i>Marketing orientated in superior value and longterm relationship with consumers</i> , 7th International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 534-543, ISBN 978-953-6125-12-8, New York City, USA, 24 oktobar 2014.		1/2	2

MEDITERAN

	Ratimir Jovičević, Ljubica Jovicević, <i>Significance of long-term relations with customers in the modern enterprise marketing</i> , 2 International Scientific Conference, Zbornik radova, pp. 1076-1085, ISBN 978-961-6825 -73-3, Paris, 5 april, 2013.		1/2	2
	Ratimir Jovičević, Jelena Žugić, Milica Raičević, <i>New Marketing Environment - The Ranges and Limits</i> , International Congress AVA-AGRIMBA, 26-27 June, 2013.		1/3	2
3.	PEDAGOŠKA DJELATNOST			
3.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi u inostranstvu	do 10 bodova		
3.1.1	Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas	do 6 bodova		
	Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas			
	James C. van Horne i J. Wasowcvh, <i>Osnovi finansijskog menadžmenta</i> , za predmet Korporativne finansije, Data Status, Beograd 2007.			3
	George E. Ruth, <i>Analiza finansijskih izvještaja za predmet finansijska analiza u marketingu</i> , Daily Press d.o.o.			
	John E.G. Bateson, K. Douglas Hoffman <i>Marketing usluga</i> , Data status, 2013.			
	Peelen E. Beltman R., <i>Customer Relationship Management</i> , Pearson Education Limited, 2013, za doktorske studije, za predmet CRM-N Marketing odnosa			
	Pelsmocker, D., Geuens, M. Bergh, V., 2010, <i>Marketing communications</i> , Pearson Education, UK, za doktorsske sudije IMK			
3.1.2	Novo, dopunjeno izdanje	do 5 bodova		
3.1.3	Udžbenici za preduniverzitetsko obrazovanje	do 2 boda		
3.1.4	Priručnici rječnici, leksikoni izdati u inostranstvu	do 2 boda		
3.2	Priručnici rječnici, leksikoni izdati kod nas	do 2 boda		
3.2.1	Studijski priručnici	do 1 bod		
3.2.2	Gostujući profesori na inostranim univerzitetima	do 8 bodova		
3.3.1	Gostujući profesor na domaćim univerzitetima	do 4 boda		
3.4	Mentorstvo (komentorstvo se vrednuje polovinom bodova)	do 4 boda		
3.4.1	Na doktorskim studijama	do 2 boda	2x2	4

UNIVERZITET

3.4.2	Na postdiplomskom studiju	do 0,5 boda	38x0,5	19
3.4.3	Na dodiplomskom studiju	do 5 bodova	0,5	
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno nastave: na predlog vijeća univerzitetske jedinice, ako nije bilo značajnih primjedbi eksternih evaluatora, uprave fakulteta i studenata	do 5 bo- dova		5
4.	STRUČNA DJELATNOST			
4.1	Stručna knjiga			
4.1.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.1.2	U zemlji	do 3 boda		
4.2	Urednik ili koeditor časopisa knjige, urednik kontinuiranih umjetničkih programa (u trajanju dužem od devet mjeseci)			
4.2.1	U inostranstvu	do 6 bodova		
4.2.2	U zemlji	do 4 boda		
	Izdavač i koeditor edicije Književne paralele, 2014. i 2015. godine	0,5		
4.2.3	Prevod naučnog i književnog djela	do 3 boda		
4.2.4	Stručni članak			
	Ratimir Jovičević, <i>Moderni trendovi razvoja</i>, Bankar br. 24, decembar 2013, ISSN 1800-7465 977 1800 976009, Podgorica.	do 0,5 boda	1	0,5
4.4	Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize	do 0,1 bod		
4.5	Popularno-stručni članci	do 0,1 bod		
4.6	Ostala dokumentovana stručna djelatnost	do 20 bodova		

MEDITERAN

Koordinator u izradi stručne osnove brojnih zakona i propisa iz oblasti carinskog spoljno-trgovinskog,deviznog i bankarskog sistema i sistema osiguranja imovine i lica kao: <i>Zakona o vraćanju stare devizne štednje, Zakona o bankama Zakona o računovodstvu i reviziji, Zakona o carini i carinskom poslovanju, Zakonu o osiguranju imovine i lica, Zakona o Centralnoj banci</i> ,sa svim podzakonskim aktima za njihovo sprovođenje.			10
Kao pomoćnik ministra finansija radio je na brojnim projektima Vlade(projekat uvođenja dvovalutnog sistema,uvođenje EURAi dr).			
Samostalno ili kao rukovodilac izradio je jedan broj studija čiji su organizatori Univerzitet Crne Gore, Građevinski fakultet,Privredna komora i dr (detaljno opisano u bibliografiji).			
Predsjednik Odbora za reviziju Atlas banke			
Međunarodni recenzent u časopisima <i>Ekonomski pogledi i Industrija</i>			

ZBIRNO: RADOVI I BODOVI

DJELATNOST	BROJ RADOVA			BROJ BODOVA		
		Poslije izbora	Ukupno		Poslije izbora	Ukupno
1. Naučno-istraživačka	29	12	41	60,5	32	92,5
2. Umjetnička						
3. Pedagoška	27	5	32	23	31	54
4. Stručna	10	1	11	21	10,5	31,5
UKUPNO	66	18	84	104,5	75,5	178

III OCJENA USLOVA

Prezentirani radovi su sistematizovani i bodovani u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska zvanja.

Naučno istraživački rad autora je najvećim dijelom usmjeren na dvije značajne oblasti ekonomskih istraživanja: marketing i poslovne finansije.

U periodu između dva izbora na Univerzitetu Mediteran, od 2010. do 2015. godine, kandidat je ostvario vidne rezultate u domenu istraživačkog i pedagoškog rada te stručne djelatnosti.

U izvještaju ću dati prikaz dv rada objavljena u izbornom periodu,kao i knjige koju sam recenzirao, koja se, po mom mišljenju, izdvajaju svojim značenjem:

- **Globalne finansijske krize, pouke i poruke, iz krize u krizu**

(Ekonomski pogledi br.2/2012, Udk 33.9 JEL.F30)

- **Marketing Orientated on superior value and long-term relationship with Consumers, Economics and Social Development** (7th International Scientific Conference, pp. 534-543, ISBN 978-953-6125-12-8, New York, 2014)
- **Ratimir Jovičević, Jelena Žugić, Marketing u savremenom bankarstvu**, Univerzitet Mediteran, 2015. (predata u štampu)

Globalne finansijske krize, pouke i poruke, iz krize u krizu

(Ekonomski pogledi br. 2/2012, Udk 33.9 JEL.F30)

Radi se o sveobuhvatnom članku čiji je predmet finansijska kriza na globalnom nivou, koja je zahvatila prvo finansijski sektor 2008. godine a kasnije se prenijela i na realni sektor ekonomije i svjetsku privredu u cjelini.

Ukazujući na genezu finansijskih kriza u posljednjih trideset godina i na njihove karakteristike autor je, apostrofirao, po čemu je aktuelna finansijska kriza slična, a po čemu se razlikuje od svih prethodnih.

Ova finansijska kriza je, prema autoru, bila više zbunjujuća od prethodnih i zbog njenog porijekla i zbog njenih dometa. Glavni zajednički motiv je, ipak, neograničena pohlepa za dobrom i brzom zaradom. Aktuelnu finansijsku krizu produkovali su drugorazredni hipotekarni krediti u Americi. U radu je dat analitički osvrt društvenih i institucionalnih faktora koji objašnjavaju uzroke i posledice krize.

Autorovo polazište je da su ovoj krizi pogodovale i unutrašnje i spoljašne okolnosti. Kad su u pitanju unutrašnji faktori autor navodi činjenicu da se nijesu očekivale loše posljedice od finansijskog sektora u Americi, iz razloga što je plasman novca američkim kupcima nekretnina bio najmanje rizičan posao kojima su se banke bavile tokom posljednjih sto godina. Čitav svijet se, inače, divio finansijskoj umješnosti SAD, naročito u dijelu finansijskog korišćenja štednje građana, koja je po svojim standardima bila mala, ali sa velikim finansijskim efektima. Imajući u vidu navedeno, finansijski „inženjeri” sa Wall Street-a su veoma domišljato kreirali finansijske proizvode, objedinjući sve hipoteke (dobre i loše) na jednom mjestu. Obavili su njihovu sekuritizaciju, a kasnije prodavali kao vrijednosne papire. Nakon prodaje klijentu se davao kredit. Autor je mišljenja da je čitav proces podgrijala globalna ekonomska situacija (iznenadni snažni privredni rast Kine, fiskalni i trgovinski deficit SAD, zadovoljavajući trendovi rasta razvijenih zemalja, a naročito zemalja u usponu). Sve ove zemlje su raspolagale kapitalom koji je trebalo valjano uposliti, za šta se i ukazala dobra prilika. Finansijska kriza se na taj način, iz SAD prelijeva na preostali dio svijeta i najveći dio svjetske ekonomije. Klijent otplaćuje kredit, čije mjesečne otplate postaju dio najsofisticiranije mašinerije koja je ikad dizajnirana na bilo kojem tržištu kapitala.

Laka pristupnost kreditu uz nisku kamatnu stopu i blagonaklonost prema ovoj finansijskoj inovaciji bila je sveopšta. Tražnja se širi neslućenom brzinom, finansijske usluge su dostupne takoreći svima, naročito populaciji sa niskim primanjima, koja ranije nije mogla da ispuni stroge kriterijume za dobijanje kredita. Banke su veliki dio rizika prebacile na bankarski sektor u sjenci. U isto vrijeme su zatajile centralne banke kao supervizori, regulatorna tijela i agencije za ocjenu kreditnog rejtinga i rizika, smatrajući da će se kriza sama od sebe riješiti.

Hipotekarna kriza dugoročnih kredita je objelodanila da je imovina svake vrste preci-

MEDITERAN

jenjena - od kineskih dionica do apartmana u Las Vegasu. Tržište nekretnina upalo je u začarani krug, koji je na kraju doveo do njegovog sloma.

Građevinari, u početku, ispoljavaju urođeni optimizam, bar kada je u pitanju tržište nekretnina. Njihov položaj otkriva, u najvećoj mjeri, kako se kriza odrazila na ukupni realni sektor privrede. Taj dio je u radu detaljno obrazložen i potkrijepljen tabelarnim prikazima o broju započelih a nezavršenih stanova i drugih građevinskih objekata.

Autor na kraju, s pravom, zaključuje da će se finansijska kriza ponovo dogoditi. Ako nas je čemu naučila ova kriza - drugorazredni hipotekarni šok, onda je to činjenica da bez obzira na to koliko sofisticirane postanu finansijske institucije, tržišta i proizvodi, onaj praiskonski demon – bahatost - nije moguće dugo sputavati. Budući naraštaji ponovo će vjerovati da je pozicija u kojoj egzistiraju i rade drugačija, pa će i oni na kraju pretjerati. Mora se zato više štjedeti i pažljivije ulagati, sugeriše autor, mjesto da se sve čime se raspolaže investira u sljedeću „pomamu”. Takođe se mora, zapaža autor i kao sistemsku poruku naglašava, udaljavati od onoga ulaganja što se prebrzo amortizuje da nebi išli iz „krize u krizu”.

Marketing Orientated on superior value and long-term relationship with Consumers, Economics and Social Development

(7th International Scientific Conference, pp 534-543, ISBN 978-953-6125-12-8, New York, 2014)

U radu *Marketing Orientated on superior value and long-term relationship with Consumers, Economics and Social Development* autor se bavi strateškim razvojem marketinga, isporukom superione vrijednosti, životnom vrijednošću potrošača i marketingom odnosa.

Danas se marketing mjerila performansi smatraju preciznijim indikatorima strateškog zdravlja preduzeća od finansijskih mjerila, kako s pravom navodi autor. Transakciona baza potrošača pojedinačno je najvrednija aktiva korporacije. Vrijednost postojećih potrošača se posmatra kao životna vrijednost i koristi se kao mjerilo vrijednosti. Tako marketing postaje strategija, a strategija postaje način da se dovedu potrošači u preduzeće. Informacione tehnologije su snažni pokretač ovakvih procesa, koje afirmišu značaj marketinga i strategije u korporaciji. Ove tehnologije mijenjaju prirodu odnosa između korporacije i potrošača i sami sadržaj privrednih subjekata. Marketing se danas kreće u pravcu koji podrazumijeva da ostvarenje odnosa sa potrošačima postaje pretpostavka uspjeha. Tržišni procesi sada evoluiraju od transakcije ka vrijednosti, što neki autori nazivaju novim marketingom. Ovakva perspektiva stvaranja vrijednosti, smatra autor, zasniva se na ideji o uzajamnoj razmjeni znanja koje automatski vodi ka ostvarenju vrijednosti za sve subjekte koji su u interakciji.

Na bazi informacija dobijenih na osnovu mjerenja životnog vijeka potrošača, mogu se preduzeti određene promjene ključnih strategija korporacije. Pokretačka snaga novog koncepta nijesu menadžeri već potrošači. Sada potrošači zahtijevaju kontinuirano poboljšanje proizvoda do kojih im je stalo. Tako nastaje marketing zasnovan na vrijednosti. Inovacija vrijednosti povezuje inovaciju sa onim što daleko najveći broj potrošača vrednuje. Konkurencija, kako autor zaključuje, u okviru grana, u savremenoj privredi, gubi na značaju, jer vodi velikom sukobu među partnerima, a ne kreira novu vrijednost. Vrijednost je pokretač satisfakcije preduzeća. To su savremeni tokovi u marketingu, koji pored ostalog, čvrsto povezuju marketing i finansije, dva ključna sektora preduzeća.

UNIVERZITET

Marketing u savremenom bankarstvu, koautorska knjiga studijskog karaktera, u štampi

U datoj recenziji ove vrijedne knjige u namjeri da se što više istraže problemi vezani za banku i bankarski marketing, autori tretiraju ne samo opšta pitanja o marketingu, već akcent stavljaju na specifičnosti bankarske usluge.

U marketing okruženju banaka, autori detaljno i sistematično obrađuju makro i mikro aspekte poslovanja, imajući u vidu značajne specifičnosti funkcionisanja banaka i veliki broj propisa, direktiva i regulatornih tijela koji najviše uređuju ovu oblast.

Posebna pažnja je posvećena satisfakciji potrošača, zbog mnogobrojnih bzo nastalih promjena i rasta njegovog značaja, kako u okruženju, tako i kod nas.

Informacioni sistemi i menadžment odnosi sa kupcima (CRM) u bankama autori pojašnjavaju da više klasična teorija vezana za upravljanje bankama i marketingom u bankarstvu nije dovoljna da objasni nove trendove i pojmove, uvodeći savremene marketing strategije, kao što su upravljanje odnosima sa klijentima i ostale alate koji su integrisali nove marketinške tehnike i postali sredstvo sa kojim se upravlja marketingom, uz automatizaciju operativnih aktivnosti.

Stoga se kreiranju bankarskog proizvoda mora posvetiti posebna pažnja prepoznatljivom proizvodu/usluzi u savremenom bankarstvu, sa kreiranjem novih usluga, objedinjenom proizvodu - kreditu, kao i brendu banke, budući da je riječ o prvom i najvažnijem elementu marketing miksa.

Upravljanju i mjerenju kvaliteta bankarskih usluga i drugim modelima mjerenja kvaliteta, posvećuje se posebna pažnja, imajući u vidu značaj kvaliteta isporučene bankarske usluge za satisfakciju i lojalnost klijenata banke. Modeli kvaliteta su prikazani sa stanovišta njihove praktične upotrebe.

Ključne razlike, zbog specifičnosti bankarskih usluga, i svega navedenog, omogućavaju da se izdvoje osnovne nepodudarnosti kada je u pitanju formiranja cijena proizvoda i usluga, koje su detaljno obrađene.

Kanali prodaje bankarskih usluga na sistematičan način su predstavljene vrste kanala sa akcentom na savremene kanale koji se koriste u marketingu XXI vijeka. Integrisane marketing komunikacije (IMK) u bankarstvu prezentirane su kao novi pravac komunikacije sa korisnicima bankarskih usluga. Integrisane marketing komunikacije su savremen pravac u marketing filozofiji poslovanja, pa ova knjiga u tom pravcu daje značajan doprinos razvoju marketing planiranja u bankarskom sektoru.

Autori posebno apostrofiraju značaj i ulogu ljudskih resursa u bankarstvu i bave se kompleksnim procesom planiranja ljudskih resursa. Otuda, zaključuju da poslovni svijet danas, pored elementarnih znanja, zahtijeva veću kompetenciju zaposlenih, naročito u oblasti elektronskih uslužnih procesa, zadovoljstvo korisnika koje podrazumijeva permanentno ispravljanje grešaka u pružanju bankarskih usluga, kao ključnog elementa za održavanje i povećanje postojeće baze korisnika.

Knjiga *Marketing u savremenom bankarstvu* daje i poseban doprinos na način što je sprovedeno kompleksno istraživanje na malom i po mnogo čemu specifičnom crnogorskom bankarskom tržištu, na osnovu koga su izvedeni validni zaključci i date preporuke/strategije za dalje poslovanje banaka u Crnoj Gori.

MEDITERAN

IV MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu analize svih elemenata (bibliografije, radnog iskustva, naučno istraživačkog i pedagoškog rada) bitnih za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje redovnog profesora, sa zadovoljstvom konstatujem da vanredni profesor dr Ratimir Jovičević ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju CG i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran Podgorica

Uzimajući u obzir navedene elemente, zadovoljstvo mi je da predložim da se vanredni profesor **dr Ratimir Jovičević bira u akademsko zvanje redovnog profesora** za predmete Poslovne finansije, Marketing usluga, Korporativne finansije i Finansijska analiza u marketingu.

U Podgorici, 07. 12. 2015. godine.

Član recenzentske komisije
Prof. dr Miro Blečić
Fakultet za turizam Bar
MTS – „Montenegro Tourism School“
Univerziteta Mediteran Podgorica

Na VI sjednici Senata, održanoj 25. 02. 2016. godine, zaključeno je da se izvještaji recenzentata za izbor u zvanja prof. dr Ratimira Jovičevića vrata recenzentima radi pojašnjenja određenih relevantnih činjenica, u skladu sa članom 9 Pravila postupka izbora u akademska zvanja Univerziteta „Mediteran“ Podgorica.

2. IZVJEŠTAJ O ODBRANI MAGISTARSKOG RADA

2.1 Izvještaj o odbrani magistarskog rada Sandre Radević

1. **Naziv rada:** UTICAJ KAPITALNIH INVESTICIJA NA TURISTIČKU PONUDU BARA
2. **Datum odbrane:** 22. 04. 2016. godine
3. **Komisija za odbranu magistarskog rada:** Prof. dr Silvana Đurašević, predsjednik
Prof. dr Miro Blečić, mentor
Prof. dr Darko Lacmanović, član

Siže prihvaćenog i uspješno odbranjenog magistarskog rada

Turistički proizvod i turistička djelatnost jedan od ključnih faktora su i rasta kapitalnih investicija i samog ulaganja, pošto su međusobno usko povezani jedan sa drugim. Kapitalna ulaganja na nekim poljima su u malom padu s obzirom da naša država još uvijek prolazi kroz stanje ekonomske krize. Bar kao grad je povoljan za mnoga kapitalna ulaganja i investiranja .

Ključne riječi: *turistički proizvod, kapitalna ulaganja, ekonomska kriza*

MEDITERAN

2.2 Izvještaj o odbrani magistarskog rada Biljane Vušović

1. **Naziv rada:** PRODUCENT FILMUJE ŽIVOT
2. **Datum odbrane:** 25. 12. 2015. godine
3. **Komisija za odbranu magistarskog rada:** Prof. dr Aleksandar Todorović, predsjednik
Prof. dr Svetlana Bezdanov Gostimir, mentor
Prof. dr Velizar Sredanović, član

Siže prihvaćenog i uspješno odbranjenog magistarskog rada

Život – kao i film – ima tu crvenu nit koja kaže početak, sredinu i kraj. Mene interesuje sredina. Ono što pamtim i ono što čini moju dušu, proživljena iskustva...a, ko može da mi kaže da proživljeno i (pro)maštano iskustvo imaju suštinskih razlika ako „profesionalno“ maštamo?

Film je istovremeno i medij i industrija i umjetnost. Kao medij masovne komunikacije desio se zahvaljujući izumiteljima; kao industrija (zabave i sna) zahvaljujući globalnoj eksploataciji slobodnog vremena u domenu manipulacije ukusima i nagonima; a kao umjetnost – tek zahvaljujući maštarama i ljudima od duše.

Iako bi producenti trebali da služi filmu zarad njegove umjetničke dobrobiti, stavljam da on danas više naginje sticanju profita. Upravo iz tog razloga ću sebe odvojiti od profesije i smjestiti se među maštare, koji su zapravo zaslužni ili krivi i za način na koji se život odvija u meni.

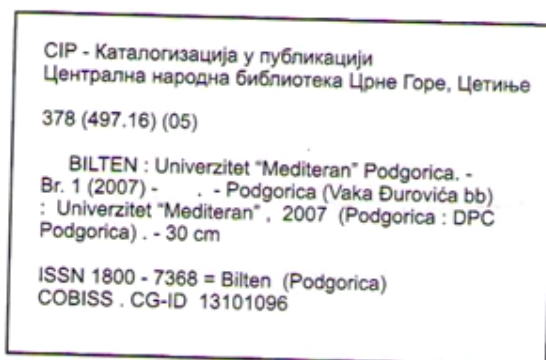
Ne sjećam se početka, a kraju se ne radujem. I ne znam čemu bih mogla da zahvalim za sposobnosti uljepšavanja života ovakvoga kakav jeste, do filma samom. „*Nikome zla ne nanosi ta djetinja, neostvariva, ali poštena misao koja želi nemoguće. Ona je pogled uzdignut iznad zemlje, i ništa realno ljudsko ne može vidjeti, a sve što nas boli ovdje je, na ovoj crnoj zemlji, među ljudima takvim kakvi su, u dosegu mogućeg i stvarnog.*“, kaže Selimović u svom romanu *Krug*.

Ključne riječi: film, producent, umjetnost, spektakl, estetika, mediji, psihoanaliza

UNIVERZITET

SADRŽAJ

1. IZVJEŠTAJI RECENZENATA O IZBORU U AKADEMSKO ZVANJE ZA PREDMETE POSLOVNE FINANSIJE, MARKETING USLUGA, KORPORATIVNE FINANSIJE I FINANSIJSKA ANALIZA U MARKETINGU – PROF. DR RATIMIRA JOVIĆEVIĆA1	
2.1. Izvještaj recenzenta prof. dr Saše Popović.....1	
2.2. Izvještaj recenzenta prof. dr Hasana Hanića.....11	
2.3. Izvještaj recenzenta prof. dr Mira Blečića.....19	
2. IZVJEŠTAJ O ODBRANI MAGISTARSKOG RADA.....31	
3.1. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Sandre Radević.....31	
3.1. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Biljane Vušović.....32	





MEDITERRANEAN UNIVERSITY
MONTENEGRO