



Univerzitet "Mediteran" Podgorica

# Bilten

---

br. 44

Podgorica, jul 2014



# BILTEN

Univerzitet "Mediteran" Podgorica

Univerzitet „Mediteran” Podgorica Vaka Đurovića bb	Broj: 44 Godina: 2014 Podgorica 15.07.2014	Broj primjeraka: 50  jul 2014
--	--	-------------------------------------

[www.unimediteran.net](http://www.unimediteran.net)

# UNIVERZITET

## 1. IZVJEŠTAJI RECENZENATA ZA IZBOR U AKADEMSKO ZVANJE ZA PREDMETE: EKONOMIKA TURIZMA, HOTELSKI MENADŽMENT I TURISTIČKE AGENCIJE

### 1.1. Izvještaj recenzenta prof. dr Slobodana Unkovića, emeritusa

#### FAKULTETU ZA TURIZAM BAR – MTS – “MONTENEGRO TOURISM SCHOOL”

Odlukom Senata Univerziteta „Mediteran“ broj: R-860/3-14 od 29.05.2014, imenovan sam za člana recenzentske komisije za razmatranje konkursnog materijala i pisanje izvještaja za izbor nastavnika u akademsko zvanje na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ za predmete: EKONOMIKA TURIZMA, HOTELSKI MENADŽMENT I TURISTIČKE AGENCIJE. Na raspisani konkurs u dnevnom listu „Pobjeda“ od 26.04.2014. godine, prijavila se kandidatkinja, dr. Silvana Đurašević, docent na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru. Nakon razmatranja priloženog materijala kandidata, podnosim sljedeći

#### IZVJEŠTAJ:

##### I Ocena uslova

##### Bibliografija i stepen obrazovanja

Doc. dr Silvana Đurašević, svoje srednje obrazovanje završila je u gimnaziji „Uroš Predić“ u Pančevu, a fakultetsku diplomu stekla na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu. Magistrirala je na University of Surrey u Velikoj Britaniji na katedri za Tourism Marketing, u zvanju magistra ekonomskih nauka. Doktorirala je na temu „Savremene koncepcije prodaje u poslovanju organizatora putovanja“, kod mentora prof. dr Slobodana Unkovića, na Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment, Univerziteta Singidunum u Beogradu.

Govori engleski jezik. Kandidatkinja je usko specijalizovana za oblast Marketing menadžmenta u turizmu, kao i Marketing menadžmenta u medijima. U okviru obe oblasti usavršavala se na više relevantnih međunarodnih univerziteta i institucija, među kojima u Briselu, u Kremsu u Austriji, Budimpešti, Bukureštu i Londonu.

**Radno iskustvo:** Akademskoj karijeri doc. dr Silvana Đurašević, koju je u stalnom angažmanu započela januara 2009. godine, prethodi veliko iskustvo. Dok je radila u medijima, u periodu (1999-2001), honorarno je bila angažovana kao nastavnik na predmetu Turističke agencije na Prirodno-matematičkom fakultetu u Banja Luci i Trebinju.

Stalno zaposlenje Đurašević je započela 1978. godine u preduzeću za spoljnu trgovinu „Progres“ u Beogradu. U Crnu Goru se seli 1980. godine, gde i sada živi i radi. Svoju zapaženu karijeru u turizmu započela je u HTP „Montenegroturist“-u u Budvi, gde je radila kao direktor prodaje; bila je pomoćnik ministra za turizam u Vladi Crne Gore; prvi generalni direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Obzirom da se u tom periodu

# MEDITERAN

(1990-1998), radilo na udaranju temelja današnje turističke privrede Crne Gore, Đurašević je sa pozicija koje je pokrivala, bila u prilici da stekne značajno praktično iskustvo u oblasti turizma, kojom se danas akademski bavi. Dok je obavljala funkciju pomoćnika ministra za turizam bila je koordinator i učesnik u izradi brojnih strategija, zakona i prateće regulative iz oblasti turizma, koordinirala i učestvovala u mnogim međunarodnim aktivnostima Vlade i radila na povezivanju državne infrastrukture i lokalne vlasti i turističke privrede. Kao direktor NTO Crne Gore bila je kreator i organizator brojnih projekata promocije u inostranstvu; autor je projekta Novi imidž turizma Crne Gore (sa logotipom MONTENEGRO i prvom knjigom standarda vizuelnog identiteta koja je urađena u Crnoj Gori, 1992). Organizator je i učesnik brojnih naučnih skupova u tom periodu.

Svoje angažovanje u medijima (1998-2008), započinje kao prvi direktor marketinga dnevnika „Vijesti“, gde je primenjivala savremene koncepte u organizovanju sektora za izradu reklamnih oglasa i prodaju marketinškog prostora. Marketinška znanja iz oblasti medija primenjivala je i u elektronskim medijima, najpre u JS Radeo i Televiziji Crne Gore, gde je radila na poziciji direktora marketinga i pomoćnika generalnog direktora. Dolaskom američke FOX TV, postaje direktor prodaje u FOX Montenegro, gde između ostalog, stiče iskustvo i u implementaciji svetskih standarda u oblasti medija. Tada je postala i član EGTE, Evropske marketinške asocijacije za elektronske medije, sa sedištem u Briselu.

Akademsko zvanje docenta kandidatkinja je stekla na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru, 2009. godine i to za predmete: Ekonomika turizma, Hotel-ski menadžment i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu. Uz ove, na ovom fakultetu je angažovana i na predmetima Turističke agencije i Menadžment organizatora putovanja. Uspešno izvodi nastavu na svim navedenim predmetima.

## II PREGLED RADOVA I BODOVANJE

### KVANTITATIVNA OCJENA REFERENCI DO POSLEDNJEG IZBORA

Kandidatkinja, doc. dr Smiljka Stojanović, je objavila svoje radove u domaćim i stranim časopisima. Neke od njenih radova predstavimo i u ovom Izveštaju.

U tabeli koja sledi dat je spisak radova i njihova evaluacija kao i evaluacija ostalih aktivnosti za izbor u zvanje **vanrednog profesora**.

	KVANTITATIVNO OCJENJIVANJE BIBLIOGRAFIJE	Ukupno za referencu	Broj radova za kandidata, izbor	
			prije	posle
	<b>NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST</b>			
1.	<b>Monografije</b>			
1.3.	<b>Autorska naučna monografija izdata kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka i državni univerziteti</b>			
1.	TURISTIČKA PUTOVANJA - Savremeni koncepti prodaje, (2008) CID, Podgorica, Obim: 420 strana ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS.CG-ID 12889360	do 10	10	

# UNIVERZITET

1.5.	<b>Deo naučne monografije izdate kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka, državni i privatni univerziteti i deo knjige studijskog karaktera izdate kod nas</b>			
2.	U monografiji MENADŽMENT TURISTIČKE DESTINACIJE, (2008) urednik Jovan Popesku, objavljeno poglavlje <i>Odnos destinacije i klastera</i> , (111-126) i poglavlje <i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (143-156), Univerzitet Singidunum, Beograd, ISBN: 978-86-7912-041-0, COBISS.SR-ID 146978060	do 10	3	
1.2.	<b>RADOVI OBJAVLJENI U ČASOPISIMA</b>			
1.2.1	<b>Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka</b>			
3.	<i>Clusters as the base for the regional development in tourism</i> , (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109) UDC 33 (51) ISSN 1800-5845 COBISS. CG-ID 9275920 Jel Clasification: L83 Indeksacija časopisa: the Journal of Economics Literature, Pittsburgh, the AEA (American Economic Association) electronic index, involved in JEL CD, e-JEL; the EBSCO Publishing; the Index Copernicus International S.A. database; the Index Copernicus International S.A. database; Ulrich's Periodicals Directory; RePEc; World-Wide Web Virtual Library; Genamics JournalSeek; Cabell's ECONIS Datenbank, NewJour; DOAJ Directory of Open Access Journals ProQuest (ABI/Inform, Research Library, Social Sciences).	do 7	7	
4.	<i>Comparing and contrasting the alternative methodologies available for evaluating the impact of tourism</i> , (2006) Silvana Djurasevic & Alexandru Nedelea "Turismul la inceputul mileniului III", Provocari si tendinte, (271-279), Sedcom Libris, Buchuresti, Romania, ISBN (10): 973-670-169-7, ISBN (13): 978-973-670-169-6 JEL Classifications: L83, dostupno na US mreži SSRN	do 7	7	
1.2.2	<b>Radovi u međunarodnim časopisima koji imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku</b>			
5.	<i>The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro</i> , (2010) The Business of Tourism, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje COBISS.SR-ID 28575500	do 4		4

# MEDITERAN

6.	<i>The Impact of Globalization on Organization and Distribution of Tourist Travel</i> , (2009) ELIAT 2009, Education and Industry Advancing Together, (70-78). Centre for Tourism Research and Studies, Belgrade. ISBN 978-86-88145-00-8 COBISS.SR-ID 245707783	do 4		4
7.	<i>Koncept lanca vrijednosti u turizmu</i> , (2008) Hotel link, Vol. 12, (11-21), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija. ISSN 1451-5113, COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
8.	<i>Novi oblici koncentracije kod organizatora putovanja i turističkih agencija</i> , (2008) TURISTIČKO POSLOVANJE, 1, (22-40), Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Srbija, ISSN:0354-3099 COBISS. SR-ID 28575500	do 4	4	
9.	<i>Uticaj informacionih tehnologija na posrednike u turizmu</i> , (2007) Hotel link, Vol. 9-10, (949-957), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija, ISBN: 86-83777-23-5 COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
10.	<i>Partnerstvo u hotelskoj industriji – Studija Slučaja Best Western Premier Podgorica</i> , (2007) Turisticki pregled, 8, (52-57), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, Srbija, ISSN 1452-029X COBISS.SR-ID 122002188	do 4	4	
1.2.3	<b>Radovi objavljeni u u domaćim časopisima</b>			
11.	<i>Imidž turističkog proizvoda</i> , (2005) Hotel link, Vol. 6, (496-500) Viša hotelijerska škola, Beograd. ISSN 1451-5113 COBISS.SR-ID 107030284	do 1,5	1,5	
12.	<i>Turističke atrakcije kao ključ uspešnog turističkog razvoja</i> , (2005) Turistički pregled, 1, (12-17), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, ISSN 1452-029X COBISS. SR-ID 122002188	do 1,5	1,5	
13.	<i>Institucionalni okvir za delovanje Nacionalne Turističke organizacije u svijetu i kod nas</i> , (1998) YUTA-info, br. 24, (19-24), Beograd.	do 1,5	1,5	
1.3	<b>Radovi na kongresima, simpozijumima i seminarima:</b>			
1.3.1	<b>Međunarodni kongresi, simpozijumi i seminari:</b>			
14.	<i>Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators</i> , (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3 COBISS.SR-ID 206092812	do 2		2
15.	<i>The Strategy for bringing hotel Brands in Montenegro</i> , (2012) The third Festival of Real Estate Investments, Miločer FREI Book, Budva	do 2		2

# UNIVERZITET

16.	<i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama II, ( 1-14), Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	
17.	<i>Odnos destinacije i klastera</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama, (103-119), Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	
18.	<i>Oblici poslovnog povezivanja (partnerstava) turističkih agencija sa drugim učesnicima u stvaranju turističkog proizvoda</i> , (2007) Poslovanje turističkih agencija, ( 95-116) Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija	do 2	2	
1.3.2	<b>Domaći kongresi, simpozijumi i seminari</b>			
19.	<i>Uspostavljanje funkcije destinacijskog menadžmenta u Crnoj Gori</i> , (2011) Seminar NVO Turistički forum: Destinacijski menadžment u Crnoj Gori, Bečići. <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
20.	<i>The importance of joining NTO of Montenegro to World Tourism Organization</i> , (1997) Centar za Mediteranske studije i Ministarstvo inostranih poslova Crne Gore, Miločer, Sveti Stefan.	do 1	1	
21.	<i>Hotel Lokanda-prvijenac Crnogorskog turizma</i> , (1993) Simpozijum ‘Turizam u XIX vijeku u Crnoj Gori’, Zbornik radova, Ministarstvo turizma Crne Gore, Cetinje.	do 1	1	
1.4	<b>Uvodno, objavljeno plenarno predavanje</b>			
1.4.1	<b>Na sastancima sa domaćim učesnicima</b>			
22.	Uvodno izlaganje na Okruglom stolu na temu: <i>Izazovi plasmana poljoprivrednih proizvoda na turističkom tržištu Crne Gore</i> , (2012). <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a> NVO Turistički forum, Bečići.	do 1		1
23.	Plenarno predavanje: <i>Ključni destinacijski problemi uoči sezone 2011</i> , (2011) NVO Turistički forum, Bečići <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
3.	<b>PEDAGOŠKA DJELATNOST</b>			
3.1.1	<b>Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas</b>			
1.	Silvana Đurašević, (2008) Turistička putovanja – savremeni koncepti prodaje, CID, Posebna izdanja, Podgorica. ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS:CG-ID 12889360 Udžbenik za predmet Turističke agencije	do 6		6
3.1.2	<b>Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas</b>			

# MEDITERAN

1.	Unković, S., Zečević, B. (2011) Ekonomika turizma, CID Ekonomski fakultet, Beograd. Udžbenik za predmet Ekonomika turizma	do 5		5
2.	Čačić K. (2010) Poslovanje hotelskih preduzeća, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd. Udžbenik za predmet Hotelski menadžment	do 5		5
3.3.2	<b>Gostujući profesor na domaćim univerzitetima</b>			
1.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi, (od 2013) na predmetu Hotelski menadžment	do 4		4
2.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi (od 2013) na predmetu Poslovanje turističkih agencija	do 4		4
3.4	<b>Mentorstvo</b>			
3.4.2	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Mentor na 1 magistarskom radu; predsednik komisije na 3 magistarska rada, član komisije na 6 magistarskih radova.	do 2 po radu		5,5
3.4.3	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Na dodiplomskim studijama mentor na 71 završnom radu; predsednik komisije na 38 završnih radova. (Izvor: Studentska služba Fakulteta)	do 0,5 po radu		45
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave	do 5		5
4.	<b>STRUČNA DJELATNOST</b>			
4.3	<b>Stručni članci:</b>			
24.	<i>Znanjem do kvaliteta</i> , (2013) 66 (16), (24-26), stav. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
25.	<i>Koncept partnerstva i njegova uloga u plasmanu turističkog proizvoda</i> , (2010) 64 (13), (57-61), autorski rad. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
4.4	<b>Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize</b>			
	Kandidat je autor brojnih prikaza i stručnih članaka koji govore o aktuelnoj ekonomskoj situaciji u turizmu, ali je naveden samo najznačajniji.			
26.	<i>Značaj nacionalnog brenda za turizam</i> (jun, 2011), autorski rad, Vijesti	do 0,5		0,5
4.6	<b>Ostala dokumentovana stručna delatnost</b>	0,5		



# UNIVERZITET

	<p>Period posle izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Autor separata <i>Mogućnosti razvoja malih i srednjih preduzeća sa posebnim osvrtom na turizam</i>, i separata Turističke politike u okviru projekta Fakultet za turizam Bar, koji finansira Ministarstvo nauke Crne Gore - <i>Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa</i> (2013-2015)</li><li>• U okviru projekta TEMPUS, Ref. No. 158675-TEMPUS-HU-TEMPUS-JPHES, kandidat je učesnik kao istraživač, trener i predavač u okviru kursa Gastronomy Debut-M Project Course II, Tourism Management - modul Catering. Saradnja Univerziteta Mediteran i grandholdera: Institute of Catering and Tourism, Budapest. (2010 i od 31.01-04.02.2011).</li><li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica (2013-2014)</li><li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica (2013-2014)</li><li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica (2013)</li><li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica (2013)</li><li>• Član komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam za dobijanje licence za turističke vodiče (2012-2014).</li><li>• Osnivač i predsednik NVO Turistički forum (TOURISM FORUM-MONTENEGRO) (2010), nevladine organizacije koja svoju delatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Kao predsednik, pored redovnih stručnih analiza, održavala komunikaciju sa nadležnim ministarstvima, institucijama i medijima.</li><li>• Član nacionalnog komiteta ISME, Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standrada iz oblasti turizma sa EU standardima.</li><li>• Član Skupštine Nacionalne turističke organizacije Crne</li></ul>	do 20		16
--	--	-------	--	----

# MEDITERAN

<ul style="list-style-type: none"> <li>Gore i komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam - za izbor "Biramio najbolje".</li> <li>Kandidat je u periodu od 2006 i dalje aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu i svoje stavove javno iskazuje u Vijestima, kroz rubriku Forum (Stav), po različitim aktuelnim temama iz oblasti turizma. <a href="http://www.vijesti.me/kolumne/">www.vijesti.me/kolumne/</a></li> <li>U organizovanju nastave na predmetima Hotelski menadžment, Turističke agencije i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu, predavač svake godine organizuje za studente "in house" predavanje, odlascima u preduzeća i institucije (Hotel Splendid, Hotel Princes, "start up" centar Bar i dr.), kao i dolaskom renomiranih predavača iz privrede.</li> </ul>			
<p>Period pre izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kao prvi direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, koordinirala i učestvovala u izradi propisa Vlade Republike Crne Gore iz delokrugu rada NTO, kao i u brojnim projektima Vlade na promociji Crne Gore u zemlji i inostanstvu. (npr. 1996. Crna Gora-ekološka država, ili šire poznata u inostranstvu: Klaudija Šifer imidž-marker crnogorskog turizma, 1997.g.) U skladu sa Zakonom o TOCG i knjizi standarda vizuelnog identiteta MONTENEGRO, ustanovila i organizovala Turističke centre po opštinama. Organizator brojnih naučnih skupova o turizmu u tom periodu. (1995-1998)</li> <li>U funkciji Pomoćnika ministra za turizam bila koordinator i aktivni učesnik u izradi stručnih osnova za brojne propise iz oblasti turizma, uključujući zakone i prateću regulativu. Koordinirala i učestvovala u mnogim međuresornim aktivnostima u Vladi, kao i u vertikalnoj strukturi povezivanja sa lokalnom samoupravom, kako u izradi propisa, tako i u njihovoj aplikaciji na turističku privredu. Autor projekta, "Novi imidž turizma Crne Gore", (uključuje logotip MONTENEGRO sa prvom Knjigom standarda vizuelnog identiteta uopšte u Crnoj Gori), kojim je udaren temelj turističke propagandne infrastrukture kod nas, uz korišćenje tada najsavremenijih marketinških tehnika i sredstava promocije. (1990-1994)</li> </ul>	do 20	20	

### III OCJENA USLOVA (NAUČNO ISTRAŽIVAČKI RAD)

Prezentirani radovi su sistematizovani i bodovani u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska zvanja Univerziteta "Mediteran". U skladu sa zahtevima u ovom izveštaju baviću se

# UNIVERZITET

prikazom i ocenom sledeća tri rada objavljena u periodu od izbora u prethodno zvanje:

1. *Clusters as the base for the regional development in tourism*, (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109), UDC 33 (51), ISSN 1800-5845, COBISS. CG-ID 9275920, Jel Clasification: L83

Pregled Sadržaja rukopisa ukazuje na detaljnu i sveobuhvatnu obradu regionalnog razvoja Crne Gore uspostavljanjem klastera u oblasti turizma. U prvom delu razmatraju se razlozi uvođenja klastera kao nove ekonomske forme za Balkanske prostore, ukazuje na sposobnost pružanja veće vrednosti kroz model povezivanja komplementarnih grupacija privrednih i neprivrednih subjekata i institucija koje vezuje isti interes. U drugom delu ukazuje se na rast konkurentnosti kroz postizanje inovativnosti, veće produktivnosti i izvozne orijentacije privrede, koristeći brojne teorijske analize i relevantnu literaturu. Treći deo je posvećen potrebi formiranja klastera na području Crne Gore uz komparaciju sa postojećim modelima u okruženju. Kao osnovni razlog zbog kojeg bi Crna Gora trebalo da se odluči za primenu klastera navodi se niska konkurentnost sadašnje ekonomije. Dijagnosticira se nezaposlenost kao još uvek jedan od osnovnih ekonomskih problema, sa posebno izraženim regionalnim razlikama jug-sever, i niskim stepenom poverenja između privatnog i javnog sektora. Ukazuje se, da su na malom tržištu kakvo je Crna Gora, to dodatni razlozi za iniciranje klasterskog modela u turističkom razvoju. Posebno ističem značaj ovog rada, jer sugeriše ekonomskoj vlasti u Crnoj Gori ovaj ekonomski model, u vremenu, kada se u različitim delovima sveta donose strateške odluke o načinu kako klasteri mogu pospešiti konkurentnost preduzeća, regije, odnosno nacionalne ekonomije. Za očekivati je da će talas klasterizacije snažno zahvatiti i zemlje Jugoistočne Evrope, među kojima Crna Gora treba da nađe svoje mesto. Obzirom da je proces regionalizacije Crne Gore još u začetku, rad predstavlja izazov za dalja istraživanja u procesu implementacije modela klastera u turizmu Crne Gore.

2. *The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro* (2010), *The Business of Tourism*, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade. ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje, COBISS.SR-ID 28575500.

Radi se o veoma zanimljivom i edukativnom tekstu koji ukazuje na nedvosmislenu potrebu implementacije informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. Ovo posebno, imajući u vidu brojne limitirajuće faktore za njihovu primenu u našoj turističkoj privredi, vezano za nepovezanost malih privrednih subjekata, nedovoljnu stručnu osposobljenost i nepostojanje finansijskih sredstava za njihovu nabavku. Rad predstavlja stručnu osnovu za savladavanje znanja iz ove oblasti za studente dodiplomskih i postdiplomskih studija, kao i uputstvo za primenu u praksi u radu turističkih agencija i organizatora putovanja. Istovremeno predstavlja i putokaz strukovnim udruženjima da je neophodno redefinisati poslovnu politiku receptivnih turističkih agencija u tehnološkom smislu, kako bi se moglo odgovoriti na zahteve velikih evropskih turoperatora, koji kao kreatori paket aranžmana kao prodajne kanale koriste sopstvene CRS, GDS i druge modele elektronske prodaje. Posebna vrednost ovog rada je studija slučaja, na primeru korišćenja IKT u prodaji hotela Best Western Premier u Podgorici, koji nedvosmisleno potvrđuje početnu

# MEDITERAN

tezu potrebe uvođenja savremenih informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. U teorijskim postavkama korišćena je najsavremenija literatura iz oblasti IKT u turizmu, kao i empirijski prodajni model jednog od najpoznatijih američkih lanaca hotela, Best Western.

3. *Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators* (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3; COBISS.SR-ID 206092812.

Osnovna teza koju autor konzistentno razvija u ovom radu je da je klasični pristup turističkih kretanja, da se zadovolji želja svih turista jednim određenim proizvodom ili uslugom, potrebno zameniti novim, kojim se masovno tržište pretvara u veliki broj "niša". Kao kontrast masovnom turizmu, sve više raste trend tematskog turizma, putovanja čiji je primarni cilj ostvarenje nekog posebnog interesovanja, koje će turisti obezbediti da verifikuje sopstveni identitet, afirmiše životni stil i lične sklonosti. Ova autorova teza je od značaja za budući razvoj turizma Crne Gore, obzirom da ukazuje na "niše" kojima bi turističke agencije u Crnoj Gori trebalo da se okrenu, imajući u vidu velike prirodne resurse, kao i potencijale iz oblasti kulture koji mogu biti atraktivna osnova za razvoj tematskih vidova turizma, a za kojima inače u poslednjih nekoliko dekada postoji veliko interesovanje na tržištu. Autor je sproveo sveobuhvatnu analizu raspoloživih teorijskih postavki, koje ukazuju na teškoću definisanja jedinstvene strategije razvoja tematskih oblika turizma, obzirom na svu kompleksnost raznovrsnih proizvoda i ukazao na potrebu korišćenja različitih strategija njihovog razvoja i povezivanja odvojenih naučnih saznanja. Fenomeni savremenog turizma ne mogu se uspešno razumeti i istražiti bez interdisciplinarnog pristupa, a ovaj rad to upravo dokazuje.

## (PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST)

Pedagoška aktivnost kandidatkinje Đurašević je zapažena. Dr Silvana Đurašević isticala se u raznim pedagoškim aktivnostima vezanim za unapređenje efikasnosti procesa edukacije u radu sa studentima. Kandidatkinja se posebno angažovala u unapređenju kvaliteta nastave, koristeći metodologiju povezivanja teorijskog i praktičnog pristupa u izvođenju nastave, održavanjem „in house“ predavanja, posetama poznatih hotelskih preduzeća i turističkih agencija, kao i organizovanjem predavanja za studente od strane renomiranih stručnjaka iz privrede. Kandidatkinja je bila mentor na brojnim završnim i specijalističkim radovima. Kao predavač je angažovana i na Fakultetu za turizam u Herceg Novom na predmetima Hotelski menadžment i Turističke agencije.

## (STRUČNA OSPOSOBLJENOST)

Dr Silvana Đurašević je radila na projektima Fakulteta za turizam, kao što je projekat „Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa“. Bila je angažovana na projektu TEMPUS, kao istraživač, trener i predavač u okviru kursa Tourism Management – modul Catering u saradnji sa Institute of Catering and Tourism, iz Budimpešte. Recenzent je i konsultant za udžbenike za sred-

# UNIVERZITET

nje škole „Osnovi turizma“ i „Poslovna komunikacija“ u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica. Osnivač je i predsjednik NVO Turistički forum, nevladine organizacije koja svoju delatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Član je više stručnih komisija i tela Ministarstva za održivi razvoj i turizam i NTO Crne Gore kao i Nacionalnog komiteta ISME – Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standarda iz oblasti turizma sa EU standardima. Kandidatkinja je aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu. Autor je brojnih stručnih članaka i javnih stavova na aktuelne teme iz oblasti turizma. Redovni je saradnik domaćeg stručnog časopisa Putovanja.

## IV VERIFIKACIJA BODOVANJA (ZBIRNO: RADOVI I BODOVI)

DJELATNOST	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
	Ukupno	U poslednjem izbornom periodu	Ukupno	U poslednjem izbornom periodu
1. Naučno-istraživačka	26	11	70,5	22
2. Umjetnička				
3. Pedagoška	8	8	79,5	79,5
4. Stručna	13	11	38,5	18,5
<b>UKUPNO</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>188,5</b>	<b>120</b>

## V MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu izvršene analize priložene dokumentacije i elemenata za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora, konstatujem da docent dr Silvana Đurašević ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju Crne Gore i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran, Podgorica. Imajući u vidu napred navedeno, sa zadovoljstvom predlažem Nastavno naučnom veću Fakulteta za turizam i Senatu Univerziteta Mediteran da se docent dr Silvana Đurašević izabere u akademsko zvanje vanrednog profesora za predmete Ekonomika turizma, Hotelski menadžment i Turističke agencije.

U Beogradu, 25. juna 2014.

ČLAN RECENZENTSKE KOMISIJE  
Prof. dr Slobodan Unković, emeritus  
Fakultet za turistički i hotelijerski  
menadžment  
Univerziteta Singidunum, Beograd

# MEDITERAN

## 1.2. Izvještaj recenzenta prof. dr Krunoslava Čačića

### FAKULTETU ZA TURIZAM BAR – MTS – “MONTENEGRO TOURISM SCHOOL”

Odlukom Senata Univerziteta „Mediteran“ broj: R-860/3-14 od 29.05.2014, imenovan sam za člana recenzentske komisije za razmatranje konkursnog materijala i pisanje izveštaja za izbor nastavnika u akademsko zvanje na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ za predmete: EKONOMIKA TURIZMA, HOTELSKI MENADŽMENT I TURISTIČKE AGENCIJE. Na raspisani konkurs u dnevnom listu „Pobjeda“ od 26.04.2014. godine, prijavila se kandidatkinja, dr. Silvana Đurašević, docent na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru. Nakon razmatranja priloženog materijala kandidata, podnosim sljedeći

### IZVJEŠTAJ:

#### I Ocjena uslova

#### Bibliografija i stepen obrazovanja

Doc. dr Silvana Đurašević, svoje srednje obrazovanje završila je u gimnaziji „Uroš Predić“ u Pančevu, a fakultetsku diplomu stekla na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu. Magistrirala je na University of Surrey u Velikoj Britaniji na katedri za Tourism Marketing, u zvanju magistra ekonomskih nauka. Doktorirala je na temu „Savremene koncepcije prodaje u poslovanju organizatora putovanja“, kod mentora prof. dr Slobodana Unkovića, na Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment, Univerziteta Singidunum u Beogradu.

Govori engleski jezik. Kandidatkinja je usko specijalizovana za oblast Marketing menadžmenta u turizmu, kao i Marketing menadžmenta u medijima. U okviru obe oblasti usavršavala se na više relevantnih međunarodnih univerziteta i institucija, među kojima u Briselu, u Kremsu u Austriji, Budimpešti, Bukureštu i Londonu.

#### (RADNO ANGAŽOVANJE)

Akademskoj karijeri doc. dr Silvana Đurašević, koju je u stalnom angažmanu započela januara 2009. godine, prethodi veliko iskustvo. Dok je radila u medijima, u periodu (1999-2001), honorarno je bila angažovana kao nastavnik na predmetu Turističke agencije na Prirodno-matematičkom fakultetu u Banja Luci i Trebinju.

Stalno zaposlenje Đurašević je započela 1978. godine u preduzeću za spoljnu trgovinu „Progres“ u Beogradu. U Crnu Goru se seli 1980. godine, gde i sada živi i radi. Svoju zapaženu karijeru u turizmu započela je u HTP „Montenegroturist“-u u Budvi, gde je radila kao direktor prodaje; bila je pomoćnik ministra za turizam u Vladi Crne Gore; prvi generalni direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Obzirom da se u tom periodu (1990-1998), radilo na udaranju temelja današnje turističke privrede Crne Gore, Đurašević

# UNIVERZITET

je sa pozicija koje je pokrivala, bila u prilici da stekne značajno praktično iskustvo u oblasti turizma, kojom se danas akademski bavi. Dok je obavljala funkciju pomoćnika ministra za turizam bila je koordinator i učesnik u izradi brojnih strategija, zakona i prateće regulative iz oblasti turizma, koordinirala i učestvovala u mnogim međunarodnim aktivnostima Vlade i radila na povezivanju državne infrastrukture i lokalne vlasti i turističke privrede. Kao direktor NTO Crne Gore bila je kreator i organizator brojnih projekata promocije u inostranstvu; autor je projekta Novi imidž turizma Crne Gore (sa logotipom MONTENEGRO i prvom knjigom standarda vizuelnog identiteta koja je urađena u Crnoj Gori, 1992). Organizator je i učesnik brojnih naučnih skupova u tom periodu.

Svoje angažovanje u medijima (1998-2008), započinje kao prvi direktor marketinga dnevnika „Vijesti“, gde je primenjivala savremene koncepte u organizovanju sektora za izradu reklamnih oglasa i prodaju marketinškog prostora. Marketinška znanja iz oblasti medija primenjivala je i u elektronskim medijima, najpre u JS Radeo i Televiziji Crne Gore, gde je radila na poziciji direktora marketinga i pomoćnika generalnog direktora. Dolaskom američke FOX TV, postaje direktor prodaje u FOX Montenegro, gde između ostalog, stiče iskustvo i u implementaciji svetskih standarda u oblasti medija. Tada je postala i član EGTE, Evropske marketinške asocijacije za elektronske medije, sa sedištem u Briselu.

Akademsko zvanje docenta kandidatkinja je stekla na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru, 2009. godine i to za predmete: Ekonomika turizma, Hotel-ski menadžment i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu. Uz ove, na ovom fakultetu je angažovana i na predmetima Turističke agencije i Menadžment organizatora putovanja. Uspešno izvodi nastavu na svim navedenim predmetima.

## II KLASIFIKACIONA BIBLIOGRAFIJA (PREGLED RADOVA I VERIFIKACIJA BODOVA)

	KVANTITATIVNO OCJENJIVANJE BIBLIOGRAFIJE	Ukupno za referencu	Broj radova za kandidata, izbor	
			prije	posle
	<b>NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST</b>			
1.	<b>Monografije</b>			
1.3.	<b>Autorska naučna monografija izdata kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka i državni univerziteti</b>			
1.	TURISTIČKA PUTOVANJA - Savremeni koncepti prodaje, (2008) CID, Podgorica, Obim: 420 strana ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS.CG-ID 12889360	do 10	10	
1.5.	<b>Deo naučne monografije izdate kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka, državni i privatni univerziteti i deo knjige studijskog karaktera izdate kod nas</b>			

# MEDITERAN

2.	U monografiji MENADŽMENT TURISTIČKE DESTINACIJE, (2008) urednik Jovan Popesku, objavljeno poglavlje <i>Odnos destinacije i klastera</i> , (111-126) i poglavlje <i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (143-156), Univerzitet Singidunum, Beograd, ISBN: 978-86-7912-041-0 , COBISS.SR-ID 146978060	do 10	3	
1.2.	<b>RADOVI OBJAVLJENI U ČASOPISIMA</b>			
1.2.1	<b>Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka</b>			
3.	<i>Clusters as the base for the regional development in tourism</i> , (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109) UDC 33 (51) ISSN 1800-5845 COBISS. CG-ID 9275920 Jel Clasification: L83 Indeksacija časopisa: the Journal of Economics Literature, Pittsburgh, the AEA (American Economic Association) electronic index, involved in JEL CD, e-JEL; the EBSCO Publishing; the Index Copernicus International S.A. database; the Index Copernicus International S.A. database; Ulrich's Periodicals Directory; RePEc; World-Wide Web Virtual Library; Genamics JournalSeek; Cabell's ECONIS Datenbank, NewJour; DOAJ Directory of Open Access Journals ProQuest (ABI/Inform, Research Library, Social Sciences).	do 7	7	
4.	<i>Comparing and contrasting the alternative methodologies available for evaluating the impact of tourism</i> , (2006) Silvana Djurasevic & Alexandru Nedelea "Turismul la inceputul mileniului III", Provocari si tendinte, (271-279), Sedcom Libris, Buchuresti, Romania, ISBN (10): 973-670-169-7, ISBN (13): 978-973-670-169-6 JEL Classifications: L83, dostupno na US mreži SSRN	do 7	7	
1.2.2	<b>Radovi u međunarodnim časopisima koji imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku</b>			
5.	<i>The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro</i> , (2010) The Business of Tourism, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje COBISS.SR-ID 28575500	do 4		4
6.	<i>The Impact of Globalization on Organization and Distribution of Tourist Travel</i> , (2009) EIAT 2009, Education and Industry Advancing Together, (70-78). Centre for Tourism Research and Studies, Belgrade. ISBN 978-86-88145-00-8 COBISS.SR-ID 245707783	do 4		4



# UNIVERZITET

7.	<i>Koncept lanca vrijednosti u turizmu</i> , (2008) Hotel link, Vol. 12, (11-21), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija. ISSN 1451-5113, COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
8.	<i>Novi oblici koncentracije kod organizatora putovanja i turističkih agencija</i> , (2008) TURISTIČKO POSLOVANJE, 1, (22-40), Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Srbija, ISSN:0354-3099 COBISS. SR-ID 28575500	do 4	4	
9.	<i>Uticaj informacionih tehnologija na posrednike u turizmu</i> , (2007) Hotel link, Vol. 9-10, (949-957), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija, ISBN: 86-83777-23-5 COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
10.	<i>Partnerstvo u hotelskoj industriji – Studija Slučaja Best Western Premier Podgorica</i> , (2007) Turisticki pregled, 8, (52-57), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, Srbija, ISSN 1452-029X COBISS.SR-ID 122002188	do 4	4	
1.2.3	<b>Radovi objavljeni u u domaćim časopisima</b>			
11.	<i>Imidž turističkog proizvoda</i> , (2005) Hotel link, Vol. 6, (496-500) Viša hotelijerska škola, Beograd. ISSN 1451-5113 COBISS.SR-ID 107030284	do 1,5	1,5	
12.	<i>Turističke atrakcije kao ključ uspešnog turističkog razvoja</i> , (2005) Turistički pregled, 1, (12-17), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, ISSN 1452-029X COBISS. SR-ID 122002188	do 1,5	1,5	
13.	<i>Institucionalni okvir za delovanje Nacionalne Turističke organizacije u svijetu i kod nas</i> , (1998) YUTA-info, br. 24, (19-24), Beograd.	do 1,5	1,5	
1.3	<b>Radovi na kongresima, simpozijumima i seminarima:</b>			
1.3.1	<b>Međunarodni kongresi, simpozijumi i seminari:</b>			
14.	<i>Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators</i> , (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3 COBISS.SR-ID 206092812	do 2		2
15.	<i>The Strategy for bringing hotel Brands in Montenegro</i> , (2012) The third Festival of Real Estate Investments, Miločer FREI Book, Budva	do 2		2
16.	<i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama II, ( 1-14), Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	

# MEDITERAN

17.	<i>Odnos destinacije i klastera</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama, (103-119), Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	
18.	<i>Oblici poslovnog povezivanja (partnerstava) turističkih agencija sa drugim učesnicima u stvaranju turističkog proizvoda</i> , (2007) Poslovanje turističkih agencija, (95-116) Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija	do 2	2	
1.3.2	<b>Domaći kongresi, simpozijumi i seminari</b>			
19.	<i>Uspostavljanje funkcije destinacijskog menadžmenta u Crnoj Gori</i> , (2011) Seminar NVO Turistički forum: Destinacijski menadžment u Crnoj Gori, Bečići. <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
20.	<i>The importance of joining NTO of Montenegro to World Tourism Organization</i> , (1997) Centar za Mediteranske studije i Ministarstvo inostranih poslova Crne Gore, Miločer, Sveti Stefan.	do 1	1	
21.	<i>Hotel Lokanda-prvijenac Crnogorskog turizma</i> , (1993) Simpozijum "Turizam u XIX vijeku u Crnoj Gori", Zbornik radova, Ministarstvo turizma Crne Gore, Cetinje.	do 1	1	
1.4	<b>Uvodno, objavljeno plenarno predavanje</b>			
1.4.1	<b>Na sastancima sa domaćim učesnicima</b>			
22.	Uvodno izlaganje na Okruglom stolu na temu: <i>Izazovi plasmana poljoprivrednih proizvoda na turističkom tržištu Crne Gore</i> , (2012). <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a> NVO Turistički forum, Bečići.	do 1		1
23.	Plenarno predavanje: <i>Ključni destinacijski problemi uoči sezone 2011</i> , (2011) NVO Turistički forum, Bečići <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
3.	<b>PEDAGOŠKA DJELATNOST</b>			
3.1.1	<b>Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas</b>			
1.	Silvana Đurašević, (2008) Turistička putovanja – savremeni koncepti prodaje, CID, Posebna izdanja, Podgorica. ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS:CG-ID 12889360 Udžbenik za predmet Turističke agencije	do 6		6
3.1.2	<b>Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas</b>			
1.	Unković, S., Zečević, B. (2011) Ekonomika turizma, CID Ekonomski fakultet, Beograd. Udžbenik za predmet Ekonomika turizma	do 5		5

# UNIVERZITET

2.	Čačić K. (2010) Poslovanje hotelskih preduzeća, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd. Udžbenik za predmet Hotelski menadžment	do 5		5
3.3.2	<b>Gostujući profesor na domaćim univerzitetima</b>			
1.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi, (od 2013) na predmetu Hotelski menadžment	do 4		4
2.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi (od 2013) na predmetu Poslovanje turističkih agencija	do 4		4
3.4	<b>Mentorstvo</b>			
3.4.2	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Mentor na 1 magistarskom radu; predsednik komisije na 3 magistarska rada, član komisije na 6 magistarskih radova.	do 2 po radu		5,5
3.4.3	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Na dodiplomskim studijama mentor na 71 završnom radu; predsednik komisije na 38 završnih radova. (Izvor: Studentska služba Fakulteta)	do 0,5 po radu		45
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave	do 5		5
4.	<b>STRUČNA DJELATNOST</b>			
4.3	<b>Stručni članci:</b>			
24.	<i>Znanjem do kvaliteta</i> , (2013) 66 (16), (24-26), stav. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
25.	<i>Koncept partnerstva i njegova uloga u plasmanu turističkog proizvoda</i> , (2010) 64 (13), (57-61), autorski rad. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
4.4	<b>Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize</b>			
	Kandidat je autor brojnih prikaza i stručnih članaka koji govore o aktuelnoj ekonomskoj situaciji u turizmu, ali je naveden samo najznačajniji.			
26.	<i>Značaj nacionalnog brenda za turizam</i> (jun, 2011), autorski rad, Vijesti	do 0,5		0,5
4.6	<b>Ostala dokumentovana stručna delatnost</b>	0,5		

# MEDITERAN

<p>Period posle izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Autor separata <i>Mogućnosti razvoja malih i srednjih preduzeća sa posebnim osvrtom na turizam</i>, i separata Turističke politike u okviru projekta Fakultet za turizam Bar, koji finansira Ministarstvo nauke Crne Gore - <i>Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa</i> (2013-2015)</li><li>• U okviru projekta TEMPUS, Ref. No. 158675-TEMPUS-HU-TEMPUS-JPHES, kandidat je učesnik kao istraživač, trener i predavač u okviru kursa Gastronomy Debut-M Project Course II, Tourism Management - modul Catering. Saradnja Univerziteta Mediteran i grandholdera: Institute of Catering and Tourism, Budapest. (2010 i od 31.01-04.02.2011).</li><li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013-2014)</li><li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013-2014)</li><li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013)</li><li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013)</li><li>• Član komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam za dobijanje licence za turističke vodiče (2012-2014).</li><li>• Osnivač i predsednik NVO Turistički forum (TOURISM FORUM-MONTENEGRO) (2010), nevladine organizacije koja svoju delatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Kao predsednik, pored redovnih stručnih analiza, održavala komunikaciju sa nadležnim ministarstvima, institucijama i medijima.</li><li>• Član nacionalnog komiteta ISME, Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standrada iz oblasti turizma sa EU standardima.</li><li>• Član Skupštine Nacionalne turističke organizacije Crne</li></ul>	do 20		16
--	-------	--	----

# UNIVERZITET

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gore i komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam - za izbor "Biramio najbolje".</li> <li>Kandidat je u periodu od 2006 i dalje aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu i svoje stavove javno iskazuje u Vijestima, kroz rubriku Forum (Stav), po različitim aktuelnim temama iz oblasti turizma. <a href="http://www.vijesti.me/kolumne/">www.vijesti.me/kolumne/</a></li> <li>U organizovanju nastave na predmetima Hotelski menadžment, Turističke agencije i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu, predavač svake godine organizuje za studente "in house" predavanje, odlascima u preduzeća i institucije (Hotel Splendid, Hotel Princes, "start up" centar Bar i dr.), kao i dolaskom renomiranih predavača iz privrede.</li> </ul>			
	<p>Period pre izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kao prvi direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, koordinirala i učestvovala u izradi propisa Vlade Republike Crne Gore iz delokruga rada NTO, kao i u brojnim projektima Vlade na promociji Crne Gore u zemlji i inostanstvu. (npr. 1996. Crna Gora-ekološka država, ili šire poznata u inostranstvu: Klaudija Šifer imidž-marker crnogorskog turizma, 1997.g.) U skladu sa Zakonom o TOCG i knjizi standarda vizuelnog identiteta MONTENEGRO, ustanovila i organizovala Turističke centre po opštinama. Organizator brojnih naučnih skupova o turizmu u tom periodu. (1995-1998)</li> <li>U funkciji Pomoćnika ministra za turizam bila koordinator i aktivni učesnik u izradi stručnih osnova za brojne propise iz oblasti turizma, uključujući zakone i prateću regulativu. Koordinirala i učestvovala u mnogim međuresornim aktivnostima u Vladi, kao i u vertikalnoj strukturi povezivanja sa lokalnom samoupravom, kako u izradi propisa, tako i u njihovoj aplikaciji na turističku privredu. Autor projekta, "Novi imidž turizma Crne Gore", (uključuje logotip MONTENEGRO sa prvom Knjigom standarda vizuelnog identiteta uopšte u Crnoj Gori), kojim je udaren temelj turističke propagandne infrastrukture kod nas, uz korišćenje tada najsavremenijih marketinških tehnika i sredstava promocije. (1990-1994)</li> </ul>	do 20	20	

### III OCENA USLOVA (NAUČNO ISTRAŽIVAČKI RAD)

Prezentirani radovi su sistematizovani i bodovani u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska zvanja Univerziteta "Mediteran". U skladu sa zahtevima u ovom izveštaju baviću se

# MEDITERAN

prikazom i ocenom sledeća tri rada objavljena u periodu od izbora u prethodno zvanje:

1. *Clusters as the base for the regional development in tourism*, (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109), UDC 33 (51), ISSN 1800-5845, COBISS. CG-ID 9275920, Jel Clasification: L83

Pregled Sadržaja rukopisa ukazuje na detaljnu i sveobuhvatnu obradu regionalnog razvoja Crne Gore uspostavljanjem klastera u oblasti turizma. U prvom delu razmatraju se razlozi uvođenja klastera kao nove ekonomske forme za Balkanske prostore, ukazuje na sposobnost pružanja veće vrednosti kroz model povezivanja komplementarnih grupacija privrednih i neprivrednih subjekata i institucija koje vezuje isti interes. U drugom delu ukazuje se na rast konkurentnosti kroz postizanje inovativnosti, veće produktivnosti i izvozne orijentacije privrede, koristeći brojne teorijske analize i relevantnu literaturu. Treći deo je posvećen potrebi formiranja klastera na području Crne Gore uz komparaciju sa postojećim modelima u okruženju. Kao osnovni razlog zbog kojeg bi Crna Gora trebalo da se odluči za primenu klastera navodi se niska konkurentnost sadašnje ekonomije. Dijagnosticira se nezaposlenost kao još uvek jedan od osnovnih ekonomskih problema, sa posebno izraženim regionalnim razlikama jug-sever, i niskim stepenom poverenja između privatnog i javnog sektora. Ukazuje se, da su na malom tržištu kakvo je Crna Gora, to dodatni razlozi za iniciranje klasterskog modela u turističkom razvoju. Posebno ističem značaj ovog rada, jer sugeriše ekonomskoj vlasti u Crnoj Gori ovaj ekonomski model, u vremenu, kada se u različitim delovima sveta donose strateške odluke o načinu kako klasteri mogu pospešiti konkurentnost preduzeća, regije, odnosno nacionalne ekonomije. Za očekivati je da će talas klasterizacije snažno zahvatiti i zemlje Jugoistočne Evrope, među kojima Crna Gora treba da nađe svoje mesto. Obzirom da je proces regionalizacije Crne Gore još u začetku, rad predstavlja izazov za dalja istraživanja u procesu implementacije modela klastera u turizmu Crne Gore.

2. *The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro* (2010), *The Business of Tourism*, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade. ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje, COBISS.SR-ID 28575500.

Radi se o veoma zanimljivom i edukativnom tekstu koji ukazuje na nedvosmislenu potrebu implementacije informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. Ovo posebno, imajući u vidu brojne limitirajuće faktore za njihovu primenu u našoj turističkoj privredi, vezano za nepovezanost malih privrednih subjekata, nedovoljnu stručnu osposobljenost i nepostojanje finansijskih sredstava za njihovu nabavku. Rad predstavlja stručnu osnovu za savladavanje znanja iz ove oblasti za studente dodiplomskih i postdiplomskih studija, kao i uputstvo za primenu u praksi u radu turističkih agencija i organizatora putovanja. Istovremeno predstavlja i putokaz strukovnim udruženjima da je neophodno redefinisati poslovnu politiku receptivnih turističkih agencija u tehnološkom smislu, kako bi se moglo odgovoriti na zahteve velikih evropskih turoperatora, koji kao kreatori paket aranžmana kao prodajne kanale koriste sopstvene CRS, GDS i druge modele elektron-

# UNIVERZITET

ske prodaje. Posebna vrednost ovog rada je studija slučaja, na primeru korišćenja IKT u prodaji hotela Best Western Premier u Podgorici, koji nedvosmisleno potvrđuje početnu tezu potrebe uvođenja savremenih informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. U teorijskim postavkama korišćena je najsavremenija literatura iz oblasti IKT u turizmu, kao i empirijski prodajni model jednog od najpoznatijih američkih lanaca hotela, Best Western.

3. *Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators* (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3; COBISS.SR-ID 206092812.

Osnovna teza koju autor konzistentno razvija u ovom radu je da je klasični pristup turističkih kretanja, da se zadovolji želja svih turista jednim određenim proizvodom ili uslugom, potrebno zameniti novim, kojim se masovno tržište pretvara u veliki broj "niša". Kao kontrast masovnom turizmu, sve više raste trend tematskog turizma, putovanja čiji je primarni cilj ostvarenje nekog posebnog interesovanja, koje će turisti obezbediti da verifikuje sopstveni identitet, afirmiše životni stil i lične sklonosti. Ova autorova teza je od od značaja za budući razvoj turizma Crne Gore, obzirom da ukazuje na "niše" kojima bi turističke agencije u Crnoj Gori trebalo da se okrenu, imajući u vidu velike prirodne resurse, kao i potencijale iz oblasti kulture koji mogu biti atraktivna osnova za razvoj tematskih vidova turizma, a za kojima inače u poslednjih nekoliko dekada postoji veliko interesovanje na tržištu. Autor je sproveo sveobuhvatnu analizu raspoloživih teorijskih postavki, koje ukazuju na teškoću definisanja jedinstvene strategije razvoja tematskih oblika turizma, obzirom na svu kompleksnost raznovrsnih proizvoda i ukazao na potrebu korišćenja različitih strategija njihovog razvoja i povezivanja odvojenih naučnih saznanja. Fenomeni savremenog turizma ne mogu se uspešno razumeti i istražiti bez interdisciplinarnog pristupa, a ovaj rad to upravo dokazuje.

## **(PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST)**

Pedagoška aktivnost kandidatkinje Đurašević je zapažena. Dr Silvana Đurašević isticala se u raznim pedagoškim aktivnostima vezanim za unapređenje efikasnosti procesa edukacije u radu sa studentima. Kandidatkinja se posebno angažovala u unapređenju kvaliteta nastave, koristeći metodologiju povezivanja teorijskog i praktičnog pristupa u izvođenju nastave, održavanjem „in house“ predavanja, posetama poznatih hotelskih preduzeća i turističkih agencija, kao i organizovanjem predavanja za studente od strane renomiranih stručnjaka iz privrede. Kandidatkinja je bila mentor na brojnim završnim i specijalističkim radovima. Kao predavač je angažovana i na Fakultetu za turizam u Herceg Novom na predmetima Hotelski menadžment i Turističke agencije.

## **(STRUČNA OSPOSOBLJENOST)**

Dr Silvana Đurašević je radila na projektima Fakulteta za turizam, kao što je projekat

# MEDITERAN

„Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa“. Bila je angažovana na projektu TEMPUS, kao istraživač, trener i predavač u okviru kursa Tourism Management – modul Catering u saradnji sa Institute of Catering and Tourism, iz Budimpešte. Recenzent je i konsultant za udžbenike za srednje škole „Osnovi turizma“ i „Poslovna komunikacija“ u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica. Osnivač je i predsednik NVO Turistički forum, nevladine organizacije koja svoju delatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Član je više stručnih komisija i tela Ministarstva za održivi razvoj i turizam i NTO Crne Gore kao i Nacionalnog komiteta ISME – Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standarda iz oblasti turizma sa EU standardima. Kandidatkinja je aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu. Autor je brojnih stručnih članaka i javnih stavova na aktuelne teme iz oblasti turizma. Redovni je saradnik domaćeg stručnog časopisa Putovanja.

## IV VERIFIKACIJA BODOVANJA (ZBIRNO: RADOVI I BODOVI)

DJELATNOST	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
	Ukupno	U poslednjem izbornom periodu	Ukupno	U poslednjem izbornom periodu
1. Naučno-istraživačka	26	11	70,5	22
2. Umjetnička				
3. Pedagoška	8	8	79,5	79,5
4. Stručna	13	11	38,5	18,5
<b>UKUPNO</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>188,5</b>	<b>120</b>

## V MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu izvršene analize priložene dokumentacije i elemenata za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora, konstatujem da docent dr Silvana Đurašević ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju Crne Gore i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran, Podgorica. Imajući u vidu napred navedeno, sa zadovoljstvom predlažem Nastavno naučnom veću Fakulteta za turizam i Senatu Univerziteta Mediteran da se docent dr Silvana Đurašević izabere u akademsko zvanje vanrednog profesora za predmete Ekonomika turizma, Hotelski menadžment i Turističke agencije.

U Beogradu, 25. juna 2014.

ČLAN RECENZENTSKE KOMISIJE  
prof. dr Krunoslav Čačić  
redovni profesor  
Fakulteta za turistički i hotelski  
menadžment  
Univerzitet Singidunum, Beograd



## 1.3. Izvještaj recenzenta prof. dr Sanje Vlahović

### FAKULTETU ZA TURIZAM BAR – MTS – “MONTENEGRO TOURISM SCHOOL”

Odlukom Senata Univerziteta „Mediteran“ broj: R-860/3-14 od 29.05.2014, imenovana sam za člana recenzentske komisije za razmatranje konkursnog materijala i pisanje izvještaja za izbor nastavnika u akademsko zvanje na Fakultetu za turizam „Montengro Tourism School“ za predmete: Ekonomika turizma, Hotelski menadžment i Turističke agencije. Na raspisani konkurs u dnevnom listu „Pobjeda“ od 26.04.2014. godine, prijavila se kandidatkinja, dr. Silvana Đurašević, docent na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru.

Na osnovu uvida u priloženu dokumentaciju predviđenu odgovarajućim zakonima i aktima Univerziteta „Mediteran“, podnosim sljedeći

#### IZVJEŠTAJ:

##### I Ocjena uslova

##### Bibliografija i stepen obrazovanja

Doc. dr Silvana Đurašević, završila je gimnaziju „Uroš Predić“ u Pančevu, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, zvanje magistra ekonomskih nauka stekla na University of Surrey u Velikoj Britaniji na katedri za Tourism Marketing. Doktorirala je na temu „Savremene koncepcije prodaje u poslovanju organizatora putovanja“, kod mentora Prof. emeritus Slobodana Unkovića na Univerzitetu Singidunum, Fakultetu za turistički i hotelski menadžment u Beogradu.

Govori engleski jezik. Pored uže specijalizacije iz oblasti Marketing menadžmenta u turizmu, kandidatkinja ima i užu specijalizaciju iz oblasti Marketing menadžmenta u medijima. Iz obe oblasti stručno se usavršavala na relevantnim univerzitetima i institucijama u inostranstvu, među kojima u Briselu, Budimpešti, Kremsu u Austriji, Bukureštu i Londonu.

##### PODACI O RADNOM ANGAŽOVANJU

Kandidatkinja Đurašević ima veliko radno iskustvo koje je prethodilo njenoj akademskoj karijeri koju je u stalnom angažmanu započela januara 2009. godine. U vrijeme svog rada u medijima, u jednom periodu predavala je po osnovu privremenog angažovanja na Prirodno matematičkom fakultetu u Banja Luci i Trebinju (1999-2001).

Svoj radni angažman Đurašević je započela 1978. godine u Beogradu, u spoljno-trgovinskom preduzeću „Progres“. Od 1980. godine živi i radi u Crnoj Gori. Obavljala je brojne značajne funkcije u turizmu: direktor prodaje u HTP „Montenegroturist“ u Budvi, pomoćnik ministra za turizam u Vladi Crne Gore, prvi generalni direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Obzirom da se radi o periodu udaranja temelja današnje

# MEDITERAN

turističke infrastrukture zemlje (1990-1998), radeći na ovim ključnim pozicijama, kandidatkinja je stekla veliko praktično iskustvo u oblasti kojom se danas akademski bavi. U funkciji pomoćnika ministra za turizam bila je koordinator i učesnik u izradi brojnih strateških dokumenata, zakona i prateće regulative iz oblasti turizma. Koordinirala i učestvovala u mnogim međunarodnim aktivnostima u Vladi, kao i u strukturi vertikalnog povezivanja sa lokalnom samoupravom, na izradi propisa i njihovoj primjeni u turističkoj privredi. Kao direktor NTO Crne Gore organizovala brojne projekte promocije u inostranstvu, autor je projekta Novi imidž turizma Crne Gore (koji uključuje logotip MONTE-NEGRO sa prvom knjigom standarda vizuelnog identiteta uopšte u Crnoj Gori, 1992). Organizator je brojnih naučnih skupova u tom periodu.

Svoje znanje iz marketinga praktično primjenjuje i u oblasti medija (1998-2008), i to kao prvi direktor marketinga dnevnika „Vijesti“, gdje je na savremen način organizovala izradu i prodaju reklamnog prostora. Svoj angažman u medijima nastavlja u elektronskim medijima, JS Radio i Televiziji Crne Gore, kao direktor marketinga i pomoćnik generalnog direktora, kao i direktor prodaje u FOX Montenegro, gdje između ostalog stiče iskustvo i u implementaciji evropske regulative u oblasti medija. U tom periodu postaje član Evropske marketinške asocijacije za elektronske medije (EGTA) u Briselu.

Akademsko zvanje docenta kandidatkinja je stekla na Fakultetu za turizam „Montenegro Tourism School“ u Baru, 2009. godine za predmete: **Ekonomika turizma, Hotelski menadžment i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu**. Na ovom fakultetu predaje i predmete **Turističke agencije i Menadžment organizatora putovanja**. Sve navedene predmete uspješno izvodi na dodiplomskim studijama u posljednjih pet godina.

## II. KLASIFIKACIONA BIBLIOGRAFIJA PREGLED RADOVA I VERIFIKACIJA BODOVA

	KVANTITATIVNO OCJENJIVANJE BIBLIOGRAFIJE	Broj radova		
		Ukupno za referencu	za kandidata, izbor	
NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST			prije	posle
1.	<b>Monografije</b>			
1.3.	<b>Autorska naučna monografija izdata kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka i državni univerziteti</b>			
1.	TURISTIČKA PUTOVANJA - Savremeni koncepti prodaje, (2008) CID, Podgorica, Obim: 420 strana ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS.CG-ID 12889360	do 10	10	
1.5.	<b>Deo naučne monografije izdate kod nas (i u okruženju) čiji su izdavači nacionalne akademije nauka, državni i privatni univerziteti i deo knjige studijskog karaktera izdate kod nas</b>			

# UNIVERZITET

2.	U monografiji MENADŽMENT TURISTIČKE DESTINACIJE, (2008) urednik Jovan Popesku, objavljeno poglavlje <i>Odnos destinacije i klastera</i> , (111-126) i poglavlje <i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (143-156), Univerzitet Singidunum, Beograd, ISBN: 978-86-7912-041-0, COBISS.SR-ID 146978060	do 10	3	
1.2.	<b>RADOVI OBJAVLJENI U ČASOPISIMA</b>			
1.2.1	<b>Radovi objavljeni u časopisima koji se nalaze u međunarodnim bazama podataka</b>			
3.	<i>Clusters as the base for the regional development in tourism</i> , (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109) UDC 33 (51) ISSN 1800-5845 COBISS. CG-ID 9275920 Jel Clasification: L83 Indeksacija časopisa: the Journal of Economics Literature, Pittsburgh, the AEA (American Economic Association) electronic index, involved in JEL CD, e-JEL; the EBSCO Publishing; the Index Copernicus International S.A. database; the Index Copernicus International S.A. database; Ulrich's Periodicals Directory; RePEc; World-Wide Web Virtual Library; Genamics JournalSeek; Cabell's ECONIS Datenbank, NewJour; DOAJ Directory of Open Access Journals ProQuest (ABI/Inform, Research Library, Social Sciences).	do 7	7	
4.	<i>Comparing and contrasting the alternative methodologies available for evaluating the impact of tourism</i> ,(2006) Silvana Djurasevic & Alexandru Nedelea "Turismul la inceputul mileniului III", Provocari si tendinte, (271-279), Sedcom Libris, Buchuresti, Romania, ISBN (10): 973-670-169-7, ISBN (13): 978-973-670-169-6 JEL Classifications: L83, dostupno na US mreži SSRN	do 7	7	
1.2.2	<b>Radovi u međunarodnim časopisima koji imaju redovnu međunarodnu distribuciju i rezime na stranom jeziku</b>			
5.	<i>The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro</i> , (2010) The Business of Tourism, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje COBISS.SR-ID 28575500	do 4		4
6.	<i>The Impact of Globalization on Organization and Distribution of Tourist Travel</i> , (2009) EIAT 2009, Education and Industry Advancing Together, (70-78). Centre for Tourism Research and Studies, Belgrade. ISBN 978-86-88145-00-8 COBISS.SR-ID 245707783	do 4		4

# MEDITERAN

7.	<i>Koncept lanca vrijednosti u turizmu</i> , (2008) Hotel link, Vol. 12, (11-21), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija. ISSN 1451-5113, COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
8.	<i>Novi oblici koncentracije kod organizatora putovanja i turističkih agencija</i> , (2008) TURISTIČKO POSLOVANJE, 1, (22-40), Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Srbija, ISSN:0354-3099 COBISS. SR-ID 28575500	do 4	4	
9.	<i>Uticaoj informacionih tehnologija na posrednike u turizmu</i> , (2007) Hotel link, Vol. 9-10, (949-957), Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija, ISBN: 86-83777-23-5 COBISS. SR-ID 107030284	do 4	4	
10.	<i>Partnerstvo u hotelskoj industriji – Studija Slučaja Best Western Premier Podgorica</i> , (2007) Turisticki pregled, 8, (52-57), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, Srbija, ISSN 1452-029X COBISS.SR-ID 122002188	do 4	4	
1.2.3	<b>Radovi objavljeni u u domaćim časopisima</b>			
11.	<i>Imidž turističkog proizvoda</i> , (2005) Hotel link, Vol. 6, (496-500) Viša hotelijerska škola, Beograd. ISSN 1451-5113 COBISS.SR-ID 107030284	do 1,5	1,5	
12.	<i>Turističke atrakcije kao ključ uspešnog turističkog razvoja</i> , (2005) Turistički pregled, 1, (12-17), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije i WTO Madrid, Beograd, ISSN 1452-029X COBISS. SR-ID 122002188	do 1,5	1,5	
13.	<i>Institucionalni okvir za delovanje Nacionalne Turističke organizacije u svijetu i kod nas</i> , (1998) YUTA-info, br. 24, (19-24), Beograd.	do 1,5	1,5	
1.3	<b>Radovi na kongresima, simpozijumima i seminarima:</b>			
1.3.1	<b>Međunarodni kongresi, simpozijumi i seminari:</b>			
14.	<i>Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators</i> , (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3 COBISS.SR-ID 206092812	do 2		2
15.	<i>The Strategy for bringing hotel Brands in Montenegro</i> , (2012) The third Festival of Real Estate Investments, Miločer FREI Book, Budva	do 2		2
16.	<i>Kreiranje imidža turističke destinacije</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama II, ( 1-14), Univerzitetet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	

# UNIVERZITET

17.	<i>Odnos destinacije i klastera</i> , (2007) Upravljanje turističkim destinacijama, (103-119), Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija.	do 2	2	
18.	<i>Oblici poslovnog povezivanja (partnerstava) turističkih agencija sa drugim učesnicima u stvaranju turističkog proizvoda</i> , (2007) Poslovanje turističkih agencija, (95-116) Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, Srbija	do 2	2	
1.3.2	<b>Domaći kongresi, simpozijumi i seminari</b>			
19.	<i>Uspostavljanje funkcije destinacijskog menadžmenta u Crnoj Gori</i> , (2011) Seminar NVO Turistički forum: Destinacijski menadžment u Crnoj Gori, Bečići. <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
20.	<i>The importance of joining NTO of Montenegro to World Tourism Organization</i> , (1997) Centar za Mediteranske studije i Ministarstvo inostranih poslova Crne Gore, Miločer, Sveti Stefan.	do 1	1	
21.	<i>Hotel Lokanda-prvijenac Crnogorskog turizma</i> , (1993) Simpozijum "Turizam u XIX vijeku u Crnoj Gori", Zbornik radova, Ministarstvo turizma Crne Gore, Cetinje.	do 1	1	
1.4	<b>Uvodno, objavljeno plenarno predavanje</b>			
1.4.1	<b>Na sastancima sa domaćim učesnicima</b>			
22.	Uvodno izlaganje na Okruglom stolu na temu: <i>Izazovi plasmana poljoprivrednih proizvoda na turističkom tržištu Crne Gore</i> , (2012). <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a> NVO Turistički forum, Bečići.	do 1		1
23.	Plenarno predavanje: <i>Ključni destinacijski problemi uoči sezone 2011</i> , (2011) NVO Turistički forum, Bečići <a href="http://www.turistickiforum.me">www.turistickiforum.me</a>	do 1		1
3.	<b>PEDAGOŠKA DJELATNOST</b>			
3.1.1	<b>Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas</b>			
1.	Silvana Đurašević, (2008) Turistička putovanja – savremeni koncepti prodaje, CID, Posebna izdanja, Podgorica. ISBN 978-86-495-0374-8 COBISS:CG-ID 12889360 Udžbenik za predmet Turističke agencije	do 6		6
3.1.2	<b>Korišćenje referentnog inostranog udžbenika kod nas</b>			
1.	Unković, S., Zečević, B. (2011) Ekonomika turizma, CID Ekonomski fakultet, Beograd. Udžbenik za predmet Ekonomika turizma	do 5		5

# MEDITERAN

2.	Čačić K. (2010) Poslovanje hotelskih preduzeća, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd. Udžbenik za predmet Hotelski menadžment	do 5		5
3.3.2	<b>Gostujući profesor na domaćim univerzitetima</b>			
1.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi, (od 2013) na predmetu Hotelski menadžment	do 4		4
2.	Fakultet za menadžment – Herceg Novi (od 2013) na predmetu Poslovanje turističkih agencija	do 4		4
3.4	<b>Mentorstvo</b>			
3.4.2	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Mentor na 1 magistarskom radu; predsednik komisije na 3 magistarska rada, član komisije na 6 magistarskih radova.	do 2 po radu		5,5
3.4.3	<b>Na postdiplomskim studijama (kod magisterija i specijalizacija)</b>			
1.	Na dodiplomskim studijama mentor na 71 završnom radu; predsednik komisije na 38 završnih radova. (Izvor: Studentska služba Fakulteta)	do 0,5 po radu		45
3.5	Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave	do 5		5
4.	<b>STRUČNA DJELATNOST</b>			
4.3	<b>Stručni članci:</b>			
24.	<i>Znanjem do kvaliteta</i> , (2013) 66 (16), (24-26), stav. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
25.	<i>Koncept partnerstva i njegova uloga u plasmanu turističkog proizvoda</i> , (2010) 64 (13), (57-61), autorski rad. PUTOVANJA - Časopis za turizam, ekonomiju i kulturu, Podgorica. ISSN 1450-7250	do 1		1
4.4	<b>Objavljeni prikazi, izvještaji i ekspertize</b>			
	Kandidat je autor brojnih prikaza i stručnih članaka koji govore o aktuelnoj ekonomskoj situaciji u turizmu, ali je naveden samo najznačajniji.			
26.	<i>Značaj nacionalnog brenda za turizam</i> (jun, 2011), autorski rad, Vijesti	do 0,5		0,5
4.6	<b>Ostala dokumentovana stručna delatnost</b>	0,5		

# UNIVERZITET

	<p>Period posle izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autor separata <i>Mogućnosti razvoja malih i srednjih preduzeća sa posebnim osvrtom na turizam</i>, i separata Turističke politike u okviru projekta Fakultet za turizam Bar, koji finansira Ministarstvo nauke Crne Gore - <i>Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa</i> (2013-2015)</li> <li>• U okviru projekta TEMPUS, Ref. No. 158675-TEMPUS-HU-TEMPUS-JPHES, kandidat je učesnik kao istraživač, trener i predavač u okviru kursa Gastronomy Debut-M Project Course II, Tourism Management - modul Catering. Saradnja Univerziteta Mediteran i grandholdera: Institute of Catering and Tourism, Budapest. (2010 i od 31.01-04.02.2011).</li> <li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013-2014)</li> <li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Osnovi turizma</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013-2014)</li> <li>• Recenzent za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013)</li> <li>• Konsultant za udžbenik za srednje škole <i>Poslovna komunikacija</i> u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgrica (2013)</li> <li>• Član komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam za dobijanje licence za turističke vodiče (2012-2014).</li> <li>• Osnivač i predsednik NVO Turistički forum (TOURISM FORUM-MONTENEGRO) (2010), nevladine organizacije koja svoju delatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Kao predsednik, pored redovnih stručnih analiza, održavala komunikaciju sa nadležnim ministarstvima, institucijama i medijima.</li> <li>• Član nacionalnog komiteta ISME, Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standrada iz oblasti turizma sa EU standardima.</li> <li>• Član Skupštine Nacionalne turističke organizacije Crne</li> </ul>	do 20		16
--	---	-------	--	----

# MEDITERAN

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gore i komisije Ministarstva za održivi razvoj i turizam - za izbor "Biramo najbolje".</li> <li>Kandidat je u periodu od 2006 i dalje aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu i svoje stavove javno iskazuje u Vijestima, kroz rubriku Forum (Stav), po različitim aktuelnim temama iz oblasti turizma. <a href="http://www.vijesti.me/kolumne/">www.vijesti.me/kolumne/</a></li> <li>U organizovanju nastave na predmetima Hotelski menadžment, Turističke agencije i Preduzetništvo u turizmu i hotelijerstvu, predavač svake godine organizuje za studente "in house" predavanje, odlascima u preduzeća i institucije (Hotel Splendid, Hotel Princes, "start up" centar Bar i dr.), kao i dolaskom renomiranih predavača iz privrede.</li> </ul>			
	<p>Period pre izbora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kao prvi direktor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, koordinirala i učestvovala u izradi propisa Vlade Republike Crne Gore iz delokrugu rada NTO, kao i u brojnim projektima Vlade na promociji Crne Gore u zemlji i inostanstvu. (npr. 1996. Crna Gora-ekološka država, ili šire poznata u inostranstvu: Klaudija Šifer imidž-marker crnogorskog turizma, 1997.g.) U skladu sa Zakonom o TOCG i knjizi standarda vizuelnog identiteta MONTENEGRO, ustanovila i organizovala Turističke centre po opštinama. Organizator brojnih naučnih skupova o turizmu u tom periodu. (1995-1998)</li> <li>U funkciji Pomoćnika ministra za turizam bila koordinator i aktivni učesnik u izradi stručnih osnova za brojne propise iz oblasti turizma, uključujući zakone i prateću regulativu. Koordinirala i učestvovala u mnogim međuresornim aktivnostima u Vladi, kao i u vertikalnoj strukturi povezivanja sa lokalnom samoupravom, kako u izradi propisa, tako i u njihovoj aplikaciji na turističku privredu. Autor projekta, "Novi imidž turizma Crne Gore", (uključuje logotip MONTENEGRO sa prvom Knjigom standarda vizuelnog identiteta uopšte u Crnoj Gori), kojim je udaren temelj turističke propagandne infrastrukture kod nas, uz korišćenje tada najsavremenijih marketinških tehnika i sredstava promocije. (1990-1994)</li> </ul>	do 20	20	

### III. OCJENA USLOVA NAUČNO ISTRAŽIVAČKI RAD

Prezentirani radovi su sistematizovani i bodovani u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska zvanja. Saglasno zahtjevima u ovom izvještaju daću prikaz i ocjenu sljedeća tri



rada objavljena u izbornom periodu:

1. *Clusters as the base for the regional development in tourism*, (2009) Montenegrin Journal of Economics, Vol. V, (9), (101-109), UDC 33 (51), ISSN 1800-5845, COBISS. CG-ID 9275920, Jel Clasification: L83

Već uvid u Sadržaj rukopisa ukazuje na temeljitu i sveobuhvatnu obradu regionalnog razvoja Crne Gore uspostavljanjem klastera u oblasti turizma. U prvom djelu razmatraju se razlozi uvođenja klastera kao nove ekonomske forme za Balkanske prostore, ukazuje na sposobnost pružanja veće vrijednosti kroz model povezivanja komplementarnih grupacija privrednih i neprivrednih subjekata i institucija koje vezuje isti interes. U drugom djelu ukazuje se na rast konkurentnosti kroz postizanje inovativnosti, veće produktivnosti i izvozne orijentacije privrede, koristeći brojne teorijske analize i relevantnu literaturu. Treći dio je posvećen potrebi formiranja klastera na području Crne Gore uz komparaciju sa postojećim modelima u okruženju. Kao osnovni razlog zbog kojeg bi Crna Gora trebala da se odluči za primjenu klastera navodi se niska konkurentnost sadašnje ekonomije. Dijagnosticira se nezaposlenost kao još uvijek jedan od osnovnih ekonomskih problema, sa posebno izraženim regionalnim razlikama jug-sjever, i niskim stepenom povjerenja između privatnog i javnog sektora. Ukazuje se, da su na malom tržištu kakvo je Crna Gora, to dodatni razlozi za iniciranje klasterskog modela u turističkom razvoju. Posebno ističem značaj ovog rada, jer sugeriše ekonomskoj vlasti u Crnoj Gori ovaj ekonomski model, u vremenu, kada se u različitim djelovima svijeta donose strateške odluke o načinu kako klasteri mogu pospješiti konkurentnost preduzeća, regije, odnosno nacionalne ekonomije. Za očekivati je da će talas klasterizacije snažno zahvatiti i zemlje Jugoistočne evrope, među kojima Crna Gora treba da nađe svoje mjesto. Obzirom da je process regionalizacije Crne Gore još u začetku, rad predstavlja izazov za dalja istraživanja u procesu implementacije modela klastera u turizmu Crne Gore.

2. *The impact of information technology on the structure and choice of distribution channels in tourism of Montenegro* (2010), *The Business of Tourism*, (5), (187-195). The College of Tourism, Belgrade. ISSN 0354-3099, Turističko poslovanje, COBISS.SR-ID 28575500.

Radi se o veoma zanimljivom i edukativnom tekstu koji ukazuje na nedvosmislenu potrebu implementacije informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. Ovo posebno, imajući u vidu brojne limitirajuće faktore za njihovu primjenu u našoj turističkoj privredi, vezano za nepovezanost malih privrednih subjekata, nedovoljnu stručnu osposobljenost i nepostojanje finansijskih sredstava za njihovu nabavku. Rad predstavlja stručnu osnovu za savladavanje znanja iz ove oblasti za studente dodiplomskih i postdiplomskih studija, kao i uputstvo za primjenu u praksi u radu turističkih agencija i organizatora putovanja. Istovremeno predstavlja i putokaz strukovnim udruženjima da je neophodno redefinisati poslovnu politiku receptivnih turističkih agencija u tehnološkom smislu, kako bi se moglo odgovoriti na zahtjeve velikih evropskih turoperatora, koji kao kreatori paket aranžmana kao prodajne kanale koriste sopstvene CRS, GDS i druge modele elektronske prodaje. Posebna vrijednost ovog rada jeste i Studija slučaja, na primjeru korišćenja IKT u prodaji hotela Best Western Premier u Podgorici, koji nedvosmisleno potvrđuje početnu

# MEDITERAN

tezu potrebe uvođenja savremenih informacionih tehnologija u prodajne kanale u turizmu Crne Gore. U teorijskim postavkama korišćena je najsavremenija literatura iz oblasti IKT u turizmu, kao i empirijski prodajni model jednog od najpoznatijih američkih lanaca hotela, Best Western.

3. *Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators* (2014) BITCO 2014, (143-154). Belgrade International Tourism Conference, Belgrade. ISBN 978-86-82371-66-3; COBISS.SR-ID 206092812.

Osnovna teza koju autor konzistentno razvija u ovom radu je ta, da je klasični pristup turističkih kretanja, da se zadovolji želja svih turista jednim određenim proizvodom ili uslugom, potrebno zamjeniti novim, kojim se masovno tržište pretvara u veliki broj "niša". Kao kontrast masovnom turizmu, sve više raste trend tematskog turizma, putovanja čiji je primarni cilj ostvarenje nekog posebnog interesovanja, koje će turisti obezbjediti da verifikuje sopstveni identitet, afirmiše životni stil i lične sklonosti. Ova autorova teza je od izuzetne vrednosti za budući razvoj turizma Crne Gore, obzirom da ukazuje na "niše" kojima bi turističke agencije u Crnoj Gori trebale da se okrenu, imajući u vidu velike prirodne resurse, kao i potencijale iz oblasti kulture koji mogu biti atraktivna osnova za razvoj tematskih vidova turizma kod nas, a za kojima inače u zadnjih nekoliko dekada postoji veliko interesovanje na tržištu. Autor je sproveo sveobuhvatnu analizu raspoloživih teorijskih postavki, koje ukazuju na teškoću definisanja jedinstvene strategije razvoja tematskih oblika turizma, obzirom na svu kompleksnost raznovrsnih proizvoda i ukazao na potrebu korišćenja različitih strategija njihovog razvoja i povezivanje odvojenih naučnih saznanja. Mišljenja sam da se fenomeni savremenog turizma ne mogu uspješno razumjeti i istražiti bez interdisciplinarnog pristupa, a ovaj rad to upravo dokazuje.

## PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST

Pedagoška aktivnost kandidatkinje Đurašević je zapažena. Dr Silvana Đurašević isticala se u raznim pedagoškim aktivnostima vezanim za unapređenje efikasnosti procesa edukacije u radu sa studentima. Kandidatkinja se posebno angažovala u unapređenju kvaliteta nastave, koristeći metodologiju povezivanja teorijskog i praktičnog pristupa u izvođenju nastave, održavanjem »in house« predavanja, posjetama poznatih hotelskih preduzeća i turističkih agencija, kao i organizovanjem predavanja za studente od strane renomiranih stručnjaka iz privrede. Kandidatkinja je bila mentor na brojnim završnim i specijalističkim radovima. Kao predavač je angažovana i na Fakultetu za turizam u Herceg Novom na predmetima Hotelski menadžment i Turističke agencije.

## STRUČNA OSPOSOBLJENOST

Dr Silvana Đurašević je radila na projektima Fakulteta za turizam, kao što je projekat »Vidovi održivog turizma u NP Skadarsko jezero u funkciji privrednog aktiviranja prirodnih i kulturnih resursa«. Bila je angažovana na projektu TEMPUS, kao istraživač, trener

# UNIVERZITET

i predavač u okviru kursa Tourism Management – modul Catering u saradnji sa Institute of Catering and Tourism, iz Budimpešte. Recenzent je i konsultant za udžbenike za srednje škole »Osnovi turizma« i »Poslovna komunikacija« u izdanju Zavoda za udžbenike i nastavna sredstva Podgorica. Osnivač je i predsjednik NVO Turistički forum, nevladine organizacije koja svoju djelatnost obavlja radi ostvarenja zajedničkih i opštih društvenih interesa iz oblasti turizma. Član je više stručnih komisija i tjela Ministarstva za održivi razvoj i turizam i NTO Crne Gore kao i Nacionalnog komiteta ISME – Instituta za standardizaciju Crne Gore – zaduženog za uspostavljanje i usaglašavanje standarda iz oblasti turizma sa EU standardima. Kandidatkinja je aktivni analitičar iz oblasti ekonomije u turizmu. Autor je brojnih stručnih članaka i javnih stavova na aktuelne teme iz oblasti turizma. Redovni je saradnik domaćeg stručnog časopisa Putovanja.

## IV VERIFIKACIJA BODOVANJA ZBIRNO: RADOVI I BODOVI

DJELATNOST	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
	Ukupno	U posljednjem izbornom periodu	Ukupno	U posljednjem izbornom periodu
1. Naučno-istraživačka	26	11	70,5	22
2. Umjetnička				
3. Pedagoška	8	8	79,5	79,5
4. Stručna	13	11	38,5	18,5
<b>UKUPNO</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>188,5</b>	<b>120</b>

## V MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu prethodno datog razmatranja svih elemenata relevantnih za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora, konstatujem da docent dr Silvana Đurašević ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju Crne Gore i Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta Mediteran, Podgorica. Imajući u vidu napred navedeno, zadovoljstvo mi je da predložim da se docent dr Silvana Đurašević bira u akademsko zvanje vanrednog profesora za predmete:

- Ekonomika turizma,
- Hotelski menadžment i
- Turističke agencije.

U Podgorici, 22. juna 2014.

ČLAN RECENZENTSKE KOMISIJE  
Prof. dr Sanja Vlahović  
vanredni profesor  
Fakulteta za turizam Bar – MTS –  
“Montenegro Tourism School”  
Univerziteta Mediteran Podgorica

# MEDITERAN

## 2. IZVJEŠTAJ O ODBRANI MAGISTARSKOG RADA

### 2.1. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Denisa Vukotića

**Naziv rada:** Ustavna žalba – normativni okvir i pravna stvarnost prema Ustavu Crne Gore

**Datum odbrane:** 08. 11. 2013. godine

**Komisija za odbranu magistarskog rada:**

1. Prof. dr Savo Marković, predsjednik
2. Prof. dr Mladen Vukčević, mentor
3. Prof. dr Đorđije Blažić, član

### REZIME PRIHVAĆENOG I USPJEŠNO ODBRANJENOG MAGISTARSKOG RADA:

Ustavna žalba, kao pravno sredstvo *sui generis*, je posebno, individualno i supsidijarno pravno sredstvo za ustavnosudsku zaštitu osnovnih ljudskih prava i sloboda, koje se podnosi protiv pojedinačnog pravnog akta kojim su povrijeđena Ustavom zajemčena prava, a po prethodnom iscrpljivanju svih djelotvornih pravnih sredstava.

Ustavnu žalbu može podnijeti *svako* lice (fizičko i pravno), kome je povrijeđeno ustavno pravo ili sloboda, a njeno podnošenje pretpostavlja postojanje procesnih uslova, žalbene sposobnosti i legitimacije. Podnosi se Ustavnom sudu u strogo propisanoj formi i u roku koji je prekluzivan.

Rad se sastoji od četiri dijela.

U prvom dijelu rada je ukazano na pojam ustavne žalbe, kao i njeno regulisanje u uporednim pravnim sistemima (Austrija, Španija, Savezna Republika Njemačka, Republika Hrvatska, Republika Slovenija, Republika Srbija i Republika Makedonija), s obzirom na to da je na evropskom prostoru, na različite načine uređen koncept ustavne žalbe i postupanje po istoj. Komparativnom analizom utvrđuje se da postoje tri faze postupka po ustavnoj žalbi: prethodna faza ispitivanja, rasprava i završna faza - donošenje odluka, ali da je različito postupanje po podnijetim ustavnim žalbama u prethodnoj fazi u pogledu tijela koje postupa.

U drugom dijelu rada, analizirana je ustavna žalba u Ustavu Crne Gore.

Treći dio rada odnosi se na razloge za podnošenje ustavne žalbe i praksu Ustavnog suda Crne Gore po podnijetim ustavnim žalbama u analiziranom periodu (2007-2012).

U četvrtom dijelu analizirano je dejstvo ustavne žalbe.

U radu je ukazano da je ustavna žalba jedan od mehanizama zaštite osnovnih prava i sloboda, ali da Ustav eksplicitno ne određuje koja su to prava i slobode, pa bi trebalo tumačiti da su to sva ljudska prava i slobode nezavisno od njihovog mjesta u Ustavu Crne Gore, kao i prava koja su u naš ustavnopravni sistem “unijeta” međunarodnim pravilima i aktima koji obavezuju Crnu Goru. Ovo iz razloga ujednačenosti sudske prakse, jer su procesne pretpostavke za njeno podnošenje ključni element, koji treba da ispunjava ustavna žalba da bi se po njoj postupalo, a ona je po svom sadržaju strogo formalan akt.

Ukazano je, da je nejasno i neprecizno regulisan pojam “garantovanih ljudskih prava”, s

# UNIVERZITET

obzirom na „problematično“ regulisanje odnosa unutrašnjeg i međunarodnog prava (član 9 Ustava), a to može biti od uticaja na podnošenje i ishod postupka po ustavnoj žalbi, što je naročito važno za Crnu Goru kao članicu Savjeta Evrope u pogledu poštovanja i obezbjeđenja zaštite osnovnih ljudskih prava i sloboda u skladu sa standardima izgrađenim, prije svega, kroz praksu Evropskog suda za ljudska prava i principa i rješenja na kojima se zasniva pravo Evropske unije.

U radu su data postojeća rješenja, ali i predlozi *de lege ferenda*.

Denis Vukotić

# MEDITERAN

## 2.2. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Sanje Eraković

**Naziv rada:** Posledice ekonomske globalizacije

**Datum odbrane:** 13.03.2014.godine

**Komisija za odbranu magistarskog rada:**

1. Prof. dr Srđa Božović, predsjednik
2. Prof. dr Damjan Šečković, mentor
3. Doc. dr Ratimir Jovičević, član

### **REZIME PRIHVAĆENOG I USPJEŠNO ODBRANJENOG MAGISTARSKOG RADA:**

U kojoj fazi se danas nalazi globalizacija, kako treba razumjeti procese vezane za nju i kuda će nas odvesti globalizovani svijet? Gotovo sve pojave i gotovo svi važniji procesi u savremenom svijetu su prožeti protivrečnostima; imaju svoju pozitivnu i negativnu stranu – svoju progresivnu i regresivnu dimenziju. I sama globalizacija, kao možda najznačajniji svjetski proces, prati takav opšti trend. Ona je veoma kompleksan intermundijalni proces - „projekat novog svjetskog poretka“ koji ima za proklamovani cilj generalni napredak i sveopštu demokratizaciju, ali i istovremeno i proces neuravnoteženog napretka i mehanizam nametanja demokratije. Gledana kroz tu prizmu, ona predstavlja sistem ideja i njihove praktične implementacije, zasnovan na neoliberalnim principima, sistem koji zadire u sve sfere društvenog života, a koji vodi čovječanstvo u duboku podjelu na bogate i siromašne.

U ovom radu pokušava se dati objašnjenje suštine ekonomske globalizacije kao novog i višeg stadijuma internacionalizacije privrednog života i svjetskog razvoja, koja se može generisati u otvorenosti i liberalizaciji privrede, formiranju globalnih finansijskih i drugih tržišta, kao i nadnacionalnih ekonomskih mostova. Međunarodne finansijske organizacije, transnacionalne kompanije i transnacionalni kapital se pojavljuju kao bitan činilac svjetskih privrednih procesa, i možemo reći kao najvažniji nosioci procesa globalizacije. Upravo na njihovom poslovanju možemo vjediti snagu globalne integrisanosti. Posledica globalizacije svijeta je intenzivni razvoj razvijenih zemalja, dok nerazvijene zemlje nijesu u mogućnosti da unaprijede svoje pozicije, već, ili stagniraju, ili postaju siromašnije. Globalizaciju treba shvatiti kao multidimenzionalni fenomen koji će uzrokovati promjene u svim segmentima društva.

Sanja Eraković

# UNIVERZITET

## SADRŽAJ

1. IZVJEŠTAJI RECENZENATA ZA IZBOR U AKADEMSKO ZVANJE ZA PREDMETE: EKONOMIKA TURIZMA, HOTELSKI MENADŽMENT I TURISTIČKE AGENCIJE.....	1
1.1. Izvještaj recenzenta prof. dr Slobodana Unkovića.....	1
1.2. Izvještaj recenzenta prof. dr. Krunoslava Čačića.....	12
1.3. Izvještaj recenzenta prof. dr Sanje Vlahović .....	23
2. IZVJEŠTAJ O ODBRANI MAGISTARSKOG RADA.....	34
1.1. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Denisa Vukotića.....	34
1.2. Izvještaj o odbrani magistarskog rada Sanje Eraković.....	36

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

378 (497.16) (05)

BILTEN : Univerzitet "Mediteran" Podgorica. -  
Br. 1 (2007) - . - Podgorica (Vaka Đurovića bb)  
: Univerzitet "Mediteran", 2007 (Podgorica : DPC  
Podgorica) . - 30 cm

ISSN 1800 - 7368 = Bilten (Podgorica)  
COBISS . CG-ID 13101096



[www.unimediteran.net](http://www.unimediteran.net)