



Univerzitet „Mediteran” Podgorica

Bilten

br. 79

Podgorica, novembar 2019



BILTEN

Univerzitet „Mediteran” Podgorica

Univerzitet „Mediteran” Podgorica Josipa Broza bb	Broj: 79 Godina: 2019 Podgorica 20.11.2019.	Broj primjeraka: 50 novembar 2019.
---	---	---

www.unimediteran.net

**NAUČNO - NASTAVNOM VIJEĆU FAKULTETA ZA EKONOMIJU I BIZNIS
i
SENATU UNIVERZITETA „MEDITERAN” PODGORICA**

Odlukom Senata Univerziteta Mediteran broj R- 1708/2-19 od 30.09.2019. godine imenovan sam za člana Komisije za razmatranje konkursnog materijala i pisanje izvještaja za izbor u akademsko zvanje (sva zvanja) jednog nastavnika na Fakultetu za ekonomiju i biznis Univerziteta Mediteran, za oblast ekonomije. Na javni konkurs za radno mjesto nastavnika/ce za naučnu oblast „Ekonomija“ prijavio se jedan kandidat - Doc. dr Marija Janković.

Detaljnim pregledom dostavljene dokumentacije, analizom prezentiranih naučnih radova, projekata i ostalih priloga, a u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademska zvanja, koja je usvojio Savjet za obrazovanje i Uputstvom za primjenu Mjerila za izbor u akademska zvanja Univerziteta Mediteran, podnosim sledeći

I Z V J E Š T A J

I – OSNOVNI PODACI O KANDIDATU

Dod dr Marija Janković rođena je 20.05.1980. godine u Nikšiću. Srednju školu (tipa gimnazije) završila je u Nikšiću. U toku školovanja bila je nosilac diplome „Luča 1“ i to tokom osnovnog, ali i srednjoškolskog obrazovanja. Školske 1998-99. godine upisuje Ekonomski fakultet u Podgorici, koji završava u redovnom roku sa prosječnom ocjenom studiranja 9,73. Tokom studija dobitnik je stipendije kompanije Željezara Nikšić i Opštine Nikšić. Dobitnik je nagrade „Student grada Nikšića za 2003. godinu“. Diplomski rad pod nazivom „*Informacioni sistem na primjeru Nikšićke banke A.D. Nikšić*“ odbranila je kod mentora, prof. dr Vujice Lazovića, na smjeru „Informacioni sistemi“. Na istom fakultetu je 2009. godine magistrirala na smjeru „Medjunarodna ekonomija, finansije i biznis“ i odbranila rad na temu „*Elektronsko poslovanje u osiguravajućim kompanijama*“, kod prof. dr Biljane Rondović. Doktorske studije je završila na Ekonomskom Fakultetu, odbranivši doktorsku disertaciju pod nazivom „*Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije*“, dana 21.03.2014. godine kod mentora prof. dr Radmile Jančić.

Kandidat govori engleski jezik i služi se ruskim jezikom.

Aktivan je član uredjivačkog odbora časopisa African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, kao i Medjunarodnog naučnog odbora medjunarodne naučne Konferencije ISNRM 2019 i naučnog odbora GSI Simpozijuma. Član je tri Radne grupe (Radne grupe za pregovaračko poglavlje 3 – „Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga“, Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024 i Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2024). Takođe je član Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat “Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost” 2016. godine. Pored pomenutog, kandidat je i član grupe za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore. Od ostalih relevantnih informacija koje sam u biografiji kandidata

pronašao može se istaći i da je učestvovala u radu Komisije za izbor najaktivnijeg studenta i najaktivnijeg srednjoškola u Crnoj Gori za 2017. godinu. Prema priloženim podacima bila je mentor u izradi 39 specijalističkih radova i 3 magistarska rada.

Svoju poslovnu karijeru, kandidat dr Marija Janković je započela u porodičnoj kompaniji „Luminiscencija“ u Nikšiću, gdje je obavljala poslove komercijalnog direktora od 2003. godine. Po završetku studija, honorarno se zapošljava na Fakultetu za poslovne studije „Montenegro Business School“, na Univerzitetu Mediteran, na mjesto asistenta. Kao saradnik u nastavi zapošljava se u stalni radni odnos na istom Fakultetu 2010. godine, gdje je od 2013. godine radila kao Prodekan za nastavu, finansije i međunarodnu saradnju u jednom mandatu. Od 2017. godine obavlja funkciju Dekana Fakulteta za ekonomiju i biznis, Univerziteta Mediteran.

Kandidat posjeduje veoma značajno akademsko i nastavno iskustvo. Svoj poslovni vijek je gradila na Fakultetu za ekonomiju i biznis, a dvije godine i na Fakultetu za strane jezike, kao saradnik na predmetu Poslovna etika. Kao gostujući predavač, boravila je na Fakultetu za ekonomiju na Univerzitetu za menadžment u Varni, u Bugarskoj, u aprilu 2018. godine. (na predmetima iz marketinške grupe predmeta). Na Univerzitetu Mediteran je stekla zvanje docenta 25.12.2014. godine.

Pored osnovnih studija, na kojima izvodi nastavu na predmetima: Mikroekonomija, Makroekonomija, Liderstvo, Odnosi sa javnošću, Marketing usluga, kandidat izvodi nastavu i na postdiplomskim studijama na predmetima: Integrisane marketinške komunikacije i Brend menadžment. Na MBA studijama (MBA in Management, Finance and Agribusiness) izvodi nastavu na predmetima: Microeconomics i Macroeconomics.

II – KLASIFIKACIJA RADOVA KANDIDATA

U nastavku slijedi pregled najvažnijih radova kandidata Doc. dr Marije Janković.

PREGLED RADOVA I BODOVA NAKON POSLJEDNJEG IZBORA

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	BROJ BODOVA	
	Za referencu	Za kandidata
1.1 Radovi u naučnim časopisima		
Q3 Časopisi koji se nalaze u prvih 75% među časopisima sa web of science liste (SCI, SCIE, SSCI, AHCI) 1. Jankovic M. 2019. „ <i>Factors of electronic marketing adoption in aommercial banks in the countries of South-Eastern Europe</i> “, International Journal of Scholarly Papers. Transformations in Business & Economics (TIBE), accepted for publication, 2019. (SSCI, SS, JCP/SCE, SCOPUS, IBSS, EconLit, e-JEL, JEL on CD, Cabell's Directory, EBSCO)	9	9
Q5 Rad u međunarodnom časopisu koji nije indeksiran na na SCI/SCIE/SSCI/A&HCI listama 2. Abrahám, J.; Britchenko, I.; Jankovic, M.; Garškaitė-Milvydienė, K. 2018. <i>Energy security issues in contemporary Europe, Journal of Security and Sustainability Issues</i> , 7(3): 387-		

398. https://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3(1) (SCOPUS, CrossRef, EBSCO, DRJI), (https://jssidoi.org/jssi/page/abstracting-indexing)	4	1,33
3. Jankovic M., 2017. „Application of Emotional Branding Strategy in the Model Development of Sports Brand of the Bottled Water Market“, SportMont 15(2017) 2: 49-52, Original Scientific Paper, UDC 663.64.059.796; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;	4	4
4. Jankovic M., 2019. „ Holistic Marketing Approach in Media Communications of Sport Organizations“, SportMont , oktobar 2019., prihvaćen za objavljivanje; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;	4	4
5. Janković M., Jakšić – Stojanović A., “Challenges Of Sports Branding” Sport Mont 2019, 17(1), 75-78 DOI: 10.26773/smj.190213, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus),časopis na Q4 listi;	4	4
6. Jakšić-Sojanović A., Janković M., Šerić N., „Montenegro As High Quality Sports Tourism Destination – Trends And Perspectives“, Sport Mont 2019, 17(1), 93-95 DOI: 10.26773/smj.190218, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus),časopis na Q4 listi;	4	2
7. Jankovic M., Jaksic – Stojanovic A., Vukilic B., Seric N., Ibrahimi A., »Branding Of Protected Areas And National Parks: A Case Study Of Montenegro«, African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure, 2019. Volume 8(2), (SCOPUS, DOAJ, DOAR);	4	4
8. Jovović R., Janković M., „ Trend Of An Increasing Inequality, And Consequence“, Economics And Economy, ISBN 2336-9213, Vol.5, Number 9-10, December 2017.	4	2
9. Jankovic M., „ Cjenovna konkurencija na oligopolskim tržištima sa homogenim proizvodima“, Economics&Economy,ISBN 2336-9213,Podgorica, 2017.	4	1
10. Dautovic E., Jankovic M.,„Izazovi ženskog preduzetništva u Crnoj Gori“,Economics&Economy,Podgorica, Vol.1, No.4, decembar 2014. ISSN 2336-9213, COBISS.CG-ID 21910544;	4	2
11. Jankovic M., „Značaj informacije u kriznom komuniciranju“, Medijski dijalozi, Istraživački medijski centar Podgorica, Broj 24 , Maj 2016. ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	2
12. Jankovic M., Jagodic N., Janicic R., „Etički aspekt oglašivačkih sadržaja“, Medijskidijalozi, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, novembar 2016. , IX/ br. 25, ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
	4	1

13. Maroš M., Janković M., „Medijska promocija crnogorskog sporta“, <i>Medijskidijalozi</i> , str.77-87., ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, Istraživacki medijski centar Podgorica, IX/br. 25, Novembar 2016.	4	1
14. Maroš M., Jankovic M., „Medijsko brendiranje“, <i>Medijskidijalozi</i> , Istraživacki medijski centar Podgorica, No. 21, 2015., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
15., Jankovic M., Luburic V. „Strategijaplaniranja održivog razvoja usluzbipoboljšanja Nacionalnog parka "Durmitor" - studijaslučaja: "Medijskidijalozi, Istraživacki medijski centar Podgorica, No. 22, 2015., pp., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;		
16. Jankovic M., Jančić R., Đakonović S., „Inkluzija postmodernizma u nove medije“, <i>Medijski dijalozi</i> , br. str., ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, Istraživacki medijski centar Podgorica, X/br.29, novembar 2017.g.;	2	2
Q6 Rad u časopisu od nacionalnog značaja		
17. Jankovic M., Luburic V., Sofranac R., „Sustainable Tourism As A Basis Of Management Of National Parks In Montenegro“, <i>Ekonomika</i> , 04/2018., Journal For Economic Theory And Practice And Social Issue, ISSN 0350-137X, EISSN 2334-9190, UDK 338 (497,1), Available On Http://www.ekonomika.org.rs/Sr/PDF/Ekonomika/2017/Clanci17-4/4.Pdf , (Reference At SCINDEKS, ERIH PLUS, PROQUEST, DOAJ, EBSCO, ECONLIT, ECONPAPERS, CNKI, J-GATE, CEEOL, KOBSON).	2	2
18. Jankovic M., „Brendiranje u bankarstvu“, <i>Bankar, domaći časopis</i> , broj 30, 2015.g., junsko izdanje, Udruženje banaka Crne Gore, ISSN 1800-7465;		
1.2 Radovi na naučnim Konferencijama, učešća na izložbama i slično		
K 2 Naučni rad na međunarodnom naučnom skupu (štampano u cjelini)		
19. Zivkovic O., Jankovic M., „Analysis Of The Activities Of The Branch Offices Of Foreign Transnational Companies In Montenegro And The Economies Of The Countries Surrounding“, GSI Symposium, Abstract Book And Full Paper, 2018.	2	1
20. Jankovic M., Bokic M., „Destination Branding: Case study of National Parks in Montenegro“, Zbornik radova na Konferenciji SITKON 2016, Beograd., str (187-191), septembar 2016.	2	2
21. Jankovic M., „Application of Emotional Branding Strategy in the Model Developmen of Sports Brand of The Bottled Water Market“, Zbornik sa 14. Međunarodne naučne Konferencije „Sport performances“, Budva, april 2017.	2	2

22. Jankovic M. , „ <i>Brendiranje Crne Gore sa (turističkog) aspekta razvoja vinske brend destinacije</i> “, Zbornik radova, Konferencija organizovana u saradnji Ministarstva ekonomije Vlade Crne Gore sa <i>HansZajdelfondacijom, Kolašin, Bianka</i> , februar 2016.	2	2
23. Jankovic M. , „ <i>Društvene mreže u službi unaprijeđenja nacionalnog brenda</i> “, Treća Međunarodna Konferencija Ministarstva ekonomije CG, mart, 2017., Budva.	2	2
24. Šofranac R., Janković M. , » <i>Razvoj TQM sistema</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
25. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, „ <i>Ispunjenje potreba korisnika – važna dimenzija kvaliteta medicinske usluge</i> “, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
26. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, » <i>Jedan pristup izračunavanju kvaliteta medicinske usluge</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
27. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, » <i>Medicinska etika bitan faktor koji determiniše sistem zdravstvene zaštite</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
28. Andjela Jaksic-Stojanovic, Jankovic M. , <i>Advantages and disadvantages of Sport tourism in Montenegro</i> “, Zbornik sa 15. Međunarodne naučne Konferencije „Sport performances“, Cavtat, 2019.		
1.3 Projekti		
18 Učešće u međunarodnom naučnom projektu		
29. Ph-ELIM projekat - Uvodjenje novih studijskih planova i programa iz oblasti menadžmenta u javnom zdravstvu; European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP	4	4
UKUPNO NAUČNO ISTAŽIVAČKI RAD		60,97

2. PEDAGOŠKE SPOSOBNOSTI		
P2 Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas		
1. Janković dr Marija, „Elektronsko osiguranje“, Univerzitet Mediteran, 2017.	4	4
2. Janković dr Marija „Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije“, Obod, Cetinje, 2015.	4	4
3. Drašković M., Delibašić M., Ivić M., Janković M., „Osnove savremenih privrednih sistema“, ELIT, Podgorica, 2018.	1	1
Gostujući profesor		
P7 Gostujući profesor na inostranim Univerzitetima		
4. Gostujući predavač na predmetu Brend menadžment, Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128,	2	2
Mentorstva		
P10 Na master studijama		
5. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vere Filipović „Strategija brendiranja u službi unaprijedjenja proizvodnog portfolia“, odbranjena 05.07.2019. godine na Univerzitetu Mediteran	2	2
6. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vesne Jovičević na temu „Strateški model brendiranja države u službi njenog pozicioniranja“;	2	2
7. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Dragane Kovačević na temu „Primjena marketing koncepcije u obrazovanju Crne Gore“	2	2
P11 Na specijalističkim studijama		
8. Mentor na izradi 39 specijalističkih radova od 2015-2019. godine	1	20
P12 Na osnovnim studijama	0,5	15
9. Mentor na izradi 84 završna rada od 2015-2019.g.		
Kvalitet nastave	5	5
P17 Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave		
UKUPNO PEDAGOŠKA DJELATNOST		57

III - OCJENA USLOVA

STEPEN OBRAZOVANJA

Kandidat Doc. dr Marija Janković poseduje adekvatno obrazovanje iz oblasti ekonomije, posebno iz grupe marketinških disciplina (uključujući brend menadžment, marketing menadžment i marketinške komunikacije). Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Podgorici, na smjeru Informacioni sistemi. Postdiplomske studije iz oblasti ekonomije završila je takođe na Ekonomskom fakultetu u Podgorici, odbranivši magistarski rad 2009. godine iz oblasti elektronskog poslovanja. Doktorsku disertaciju „Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije“ uspješno je odbranila 2014. godine na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici. Kandidat je boravio na inostranim školama u Velikoj Britaniji, na usavršavanju engleskog jezika i bio gost predavač na Univerzitetu za menadžment u Varni, u Bugarskoj, 2018. godini, izvodeći nastavu na predmetima iz marketinške grupe predmeta.

Kandidat ima određene praktične i teorijske rezultate u oblasti za koju se bira. Pri tome, napisala je studijski udžbenik iz oblasti Brend menadžmenta i Elektronskog poslovanja, dok je koautor na knjizi iz oblasti Ekonomskog razvoja. Kandidatkinja je napisala preko 40 naučnih članaka koji se direktno odnose na discipline za koje konkuriše za akademsko zvanje. Na osnovu navedenog se može konstatovati da u pogledu stepena obrazovanja Doc. dr Marija Janković ispunjava uslove Zakona o visokom obrazovanju RCG, za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora.

NAUČNOISTRAŽIVAČKI RAD

Kao što smo mogli vidjeti iz klasifikacione bibliografije kandidata naučno-istraživački rad je prilično intenzivan i diversifikovan na više oblasti ekonomskih nauka. Najveći broj radova je fokusiran na oblast ekonomije i brend menadžmenta, što je ujedno pretežan fokus naučnog interesa i područja naučnih disciplina za koje se kandidat bira. Pored toga, jedan deo radova je usmeren ka oblasti marketinških komunikacija i odnosa sa javnošću za koju možemo konstatovati da se nadovezuje na bazičnu oblast istraživanja kandidata. Konačno, postoji i jedan deo radova usmerenih ka užim područjima istraživanja u oblastima sportskog marketinga i menadžmenta u javnom zdravstvu.

Naučnoistraživački rad kandidata poseduje zadovoljavajući kvalitet. Struktura objavljenih radova je solidno selektovana. Naravno, mora se primetiti da je kandidat objavio radove na prestižnoj SSCI listi iz oblasti ekonomije i brend menadžmenta. Pored toga, da ima objavljeno šest radova u prestižnoj naučnoj bazi Scopus. Veliki je i broj naučnih radova prezentovanim na naučnim skupovima (simpozijumima, konferencijama i seminarima). Pregledom najvažnijih radova uočeno je da ih karakteriše primena relevantne naučne metodologije. Kandidat ima solidan stil pisanja koji odlikuju logičan tok misli, koncizno izražavanje ideja i rezultata istraživanja, kao i njihova verifikacija u korektno izvedenim zaključcima. Ukupna istraživanja sprovedena u radovima kandidata predstavljaju rezultat veoma ozbiljnog i studioznog naučnog i stručnog rada u oblastima: ekonomije, brend menadžmenta i marketing menadžmenta. Rezultati istraživanja imaju konkretnu teorijsku i praktičnu primjenljivost. Na osnovu analize svih objavljenih radova, može se zaključiti da kandidat u pogledu naučnoistraživačkog rada u potpunosti ispunjava uslove za izbor u zvanje vanrednog profesora.

Pored svega do sada rečenog, može se konstatovati da pojedini od rezultata istraživanja imaju i konkretnu teorijsku i praktičnu primjenljivost, posebno u Crnoj Gori. Uvažavajući prethodno navedene činjenice, kao i uvid u klasifikacionu biografiju kandidata, može se konstatovati kako je kandidat svoj naučno-istraživački rad fokusirao na oblasti za koje se bira u više nastavno zvanje.

Među prezentiranim radovima kandidata Doc. dr Marije Janković, posebnu pažnju zaslužuju 3 sljedeća rada, koja ću ukratko prezentirati i ocijeniti:

1. **Jankovic M.** 2019. „*Factors of electronic marketing adoption in commercial banks in the countries of South-Eastern Europe*“, International Journal of Scholarly Papers. Transformations in Business & Economics (TIBE), accepted for publication, 2019. (SSCI, SS, JCP/SCE, SCOPUS, IBSS, EconLit, e-JEL, JEL on CD, Cabell's Directory, EBSCO)

Predmet istraživanja ovog rada je analiza uticaja faktora na primjenu e-marketinga u komercijalnim bankama. Cilj rada je da se analiziraju postignuti nivoi usvajanja e-marketing koncepta u odabranim post-socijalističkim zemljama Jugoistočne Evrope. U teorijskom dijelu rada, selektovane su i analizirane varijable što je rezultiralo kroz dva faktora (endogeni i egzogeni), relevantnih za razumijevanje odluka koje komercijalne banke usvajaju u pogledu primjene ovog koncepta. Odabrani faktori su: očekivana korisnost, kompatibilnost, spremnost banaka, jednostavnost upotrebe, potražnja kupaca, intenzitet konkurencije i stav menadžmenta. U kvantitativnom dijelu rada ocijenjen je impakt nivo selektovanih faktora na primjenu e-marketing koncepcije.

U radu je postavljena hipoteza da selektovani faktori imaju značajan uticaj na primjenu e-marketinga. Razumijevanje prednosti ovih faktora, može se stvoriti osnova za njihovu kontrolu i poboljšanje, što će u mnogome rezultirati većoj primjeni e-marketinga i njegovog sve većeg korišćenja u poboljšanju rada komercijalne banke. U istraživanju uticaja odabranih faktora korišćen je model višestruke regresije. Primjenom matematičkog modela, zasnovanog na višestrukoj regresionoj analizi, te objašnjena funkcionalna zavisnot između zavisnih varijabli: nivoa usvojenog e-marketing koncepta i selektovanih nezavisnih varijabli. Nezavisne varijable su izabrane na osnovu teorijskog istraživanja u ovoj oblasti i pouzdanosti ispitivanja dobijenih podataka korišćenjem Alpha testa i faktorske analize komponenti. Cilj je bio da se procijeni očekivana srednja vrijednost zavisne varijable (Y) na osnovu pojedinačne procjene ispitanika. Ispitanici su ispitivani po osnovu kretanja zavisno promjenjive u modelu u odnosu na nezavisno promjenjive, zasnovano na njihovom znanju, iskustvu i percepciji. Empirijski podaci (kvantitativni i kvalitativni) potvrdili su teorijsku hipotezu. Procjena trenutnog stanja izabranih faktora otkriva mogućnosti koje bi trebale biti ozbiljno shvaćene od strane komercijalnih banaka, kako bi same banke preživjele posljedice globalizacije i otvorenog tržišta. Izabrani faktori u velikoj mjeri objašnjavaju situaciju u e-marketingu u posmatranim zemljama.

Autori fokus svog istraživanja usmeravaju na sve veći značaj e-marketinga u radu komercijalnih banaka, govoreći o revoluciji u marketingu nastaloj primjenom informacionih tehnologija i posebno elektronskih komunikacija. U ovom radu su istraženi ključni faktori koji utiču na usvajanju e-marketinga u komercijalnim bankama u zemljama regiona jugo-istočne Evrope, kao i koje mogućnosti banke eksploatišu iz e-marketinga. Eksplozivan razvoj elektronskog bankarstva je svakako stvorio pritisak na usvajanje e-marketing koncepcije, kao ključne osnove za uspjeh u ovoj oblasti. Ovaj rad je posvećen popunjavanju teorijskog i prostornog jaza putem empirijske studije o stepenu korišćenja e-marketinga u komercijalnim bankama. Teorijski okvir za istraživanje usvajanja koncepta e-marketinga se može generalizovati. Dalja istraživanja treba da se sprovedu u pravcu uključivanja dodatnih nezavisnih promjenjivih ili uspostavljanju različitog, složenijeg aspekta funkcionalne zavisnosti među varijablama. Nalazi ovog značajnog istraživanja doprinijeće poboljšanju upotrebe e-marketinga kao neophodnog preduslova za razvoj savremenog bankarstva, pre svega elektronskog bankarstva.

2. Jovović R., **Janković M.**, „*Trend Of An Increasing Inequality, And Consequence*“, Economics And Economy, ISBN 2336-9213, Vol. 5, Number 9-10, December 2017.

U ovom radu autori analiziraju i istražuju pitanje nekih od najznačajnijih problema savremenog sveta - nejednakosti i siromaštva. Jedan od ciljeva je da se na precizan i jasan način identifikuju posledice koje nejednakost i siromaštvo izazivaju i daju preporuke za poboljšanje situacije. Kao glavne uzroke povećane nejednakosti su identifikovani: politički izbori, zakoni i administracija. U nastavku oni se bave ključnim pitanjem u demokratskom društvu - borbom protiv siromaštva. Posebno ističu važnost rešavanja ovog krucijalnog problema, koji pokazuje uzlazne trendove.

Osnovna hipoteza koja se testira u radu je da će rastuća nejednakost povećati siromaštvo sa posledicama koje predstavljaju veliku pretnju za demokratiju i da političari i ekonomisti moraju hitno reagovati na problem nejednakosti i siromaštva. Metodologija istraživanja je kvalitativna, uz korišćenje veoma impresivne baze podataka o nejednakosti koju je prikupio francuski ekonomista Pickety sa saradnicima u periodu dužem dužem od 15 godina. Rezultati dobijeni analizom teorijskih pristupa nejednakosti i utvrđene dimenzije nejednakosti na osnovu istraživanja empirijskih podataka potvrđuju početnu hipotezu. Nivo nejednakosti i rast siromaštva danas se usmeravaju na jedan bitan zaključak - da nisu dovoljne samo mere politike i boljeg državnog regulisanja da bi se problem nejednakosti i siromaštva rešio. Autori daju pomalo utopistički zaključak da je potrebna i promjena dominantnih vrijednosti na kojima društva danas počivaju (pre svih egoizam) i implementaciji nove vrednosti - racionalnog altruizma.

3. Abrahám, J.; Britchenko, I.; **Jankovic, M.**; Garškaitė-Milvydienė, K. 2018. *Energy security issues in contemporary Europe, Journal of Security and Sustainability Issues*, 7(3): 387-398. [https://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3\(1\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3(1)) (SCOPUS, CrossRef, EBSCO, DRJI), (<https://jssidoi.org/jssi/page/abstracting-indexing>)

Osnovni predmet istraživanja autori u ovom radu je analiza kompleksnosti koncepta energetske sigurnosti i diskusija o brojnim pitanjima energetske sigurnosti u savremenoj Evropi, od kojih se posebno izdvaja pitanje sigurnih zaliha energije. Kandidat je koautor u ovom radu, u kojem se obrađuje problematika energetske sigurnosti, kao sredstva zaštite od poremećenih energetskih sistema. Ideja zaštite od poremećaja nastala je osiguranjem političke i vojne kontrole nad energetskim resursima, sa ciljem uspostavljanja politika i mera za upravljanje rizicima koji utiču na sve elemente energetskog sistema. U radu se istražuje pitanje stanja energetske sigurnosti i inovacija u energetskom sektoru u Evropskoj uniji (EU). Istraživana su ažurna kretanja energetske politike i eksploatacije izvora energije, kao i kanali protoka energije ka zemljama Evropske Unije i povezanost rizika sa uvozom energije.

Autori u zaključku ističu da je prelazak na proizvodnju energije sa niskim udjelom ugljenika i masovno korišćenje obnovljivih izvora energije ključno pitanje u obezbjeđivanju energetske sigurnosti i nezavisnosti EU od spoljnih snadbijevanja energijom. Oba resursa, zajedno sa "zelenom energijom" i distribuiranim energetskim resursima, baziranim na energetskoj efikasnosti, mogu promijeniti status energetske sigurnosti za EU.

STRUČNI RAD

Kandidat Doc. dr Marija Janković je uporedo sa naučnoistraživačkim radom, bila angažovana i na polju stručnog rada. Pored redovne nastave koju drži na Fakultetu za ekonomiju i biznis na redovnim, specijalističkim, magistarskim i MBA studijama, kandidat je bila angažovana na izvođenju nastave i na Fakultetu za strane jezike u Podgorici. Kandidat je bio i viziting profesor na Univerzitetu za menadžment u Varni. Sagledavajući sve navedeno, konstatujem da se radi o zadovoljavajućem nivou stručnog rada kandidata.

U prilog gore iznetog zaključka ide i činjenica da je kandidat ispred Univerziteta Mediteran angažovana kao koordinaror na međunarodnom projektu Phelim - Uvodjenje novih studijskih

planova i programa iz oblasti menadžmenta u javnom zdravstvu; European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP. Pored toga, ona je i član više Komisija: Komisije za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore; Komisije za izbor idejno grafičkog rješenja vizuelnog identiteta (žiga) nacionalnog brenda Crne Gore 2016. godine.; Komisije za izbor najaktivnijeg studenta i najaktivnijeg srednjoškolca u Crnoj Gori, 2017. godine. Član je Medjunarodnog naučnog odbora Medjunarodne naučne Konferencije ISNRM 2019; Organizacionog odbora časopisa na Scopus listi - African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure; Naučnog Odbora GSI Symposim; Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat "Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost" 2016. godine. Član je tri Radne grupe (Radne grupe za pregovaračko poglavlje 3 – "Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga", Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024 i Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2024).

PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST

Kandidat je u dosadašnjoj karijeri imao dugotrajno i sadržajno pedagoško iskustvo već više od 10 godina. Na Fakultetu za ekonomiju i biznis je počela kao saradnik, potom i kao nastavnik na predmetima: Mikroekonomija, Makroekonomija, Liderstvo, Odnosi sa javnošću, Marketing usluga, kandidat izvodi nastavu i na postdiplomskim studijama na predmetima: Integrisane marketinške komunikacije i Brend menadžment. Na MBA studijama (MBA in Management, Finance and Agribusiness) izvodi nastavu na predmetima: Microeconomics i Macroeconomics.

U nastavi koristi, za sve predmete, referentne inostrane udžbenike. Bila je mentor na velikom broju završnih, specijalističkih i magistarskih radova. Na svim dosadašnjim evaluacijama dobijala je od studenata najviše ocene za svoj rad, što pokazuju podaci u popunjenim anketama na redovnim i specijalističkim studijama.

U okviru pedagoške djelatnosti kandidat, Doc. dr Marija Janković se ističe uvođenjem brojnih novina i metoda sa ciljem unapređenje kvaliteta rada sa studentima u procesu edukacije u skladu sa najvećim standardima. Tu je pokazala uspešnu primenu raznih rešenja eduktivnog karaktera čime je dala značajan doprinos u podizanju nivoa edukacije kod studenata i efikasnosti njihovog studiranja. Visoko je cenjena i poštovana od studenata na svim nivoima studija.

IV - VERIFIKACIJA BODOVANJA

ZBIRNO: RADOVI I BODOVI

R.br.	VRSTA DJELATNOSTI	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
		Ukupno	U poslj. izbornom periodu	Ukupno	U poslj. izbornom periodu
1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST		28		60,97
2.	UMJETNIČKA DJELATNOST				
83.	PEDAGOŠKA DJELATNOST		10		48

4.	STRUČNA DJELATNOST		3		9
UKUPNO			41		117,97

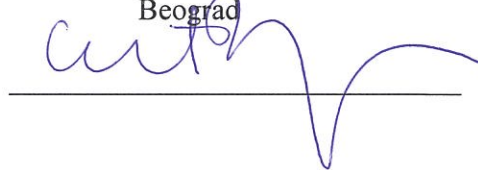
V - MIŠLJENJE ZA IZBOR U ZVANJE

Na osnovu detaljne analize svih elemenata – bibliografije, radnog iskustva, naučno istraživačkog, pedagoškog i stručnog rada – bitnih za vrednovanje ispunjenosti uslova za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora konstatujem da Doc. dr Marija Janković ispunjava uslove predviđene Zakonom o visokoškolskom obrazovanju Crne Gore, kao i uslove u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademska zvanja, koja je usvojio Savjet za obrazovanje i Uputstvom za primjenu Mjerila za izbor u akademska zvanja Univerziteta Mediteran Podgorica. Otuda, predlažem Senatu Univerziteta da docenta dr Mariju Janković bira u akademsko zvanje vanrednog profesora za oblast Ekonomja.

U Podgorici, 12.11.2019.

RECENZENT

Prof. dr Dejan Erić,
Beogradska bankarska akademija
Beograd



**FAKULTETU ZA EKONOMIJU I BIZNIS
UNIVERZITETA "MEDITERAN"
PODGORICA**

Odlukom Senata Univerziteta "Mediteran" broj R- 1708/2-19 od 30.09.2019. godine imenovana sam za članicu Komisije za izbor u akademsko zvanje (sva zvanja) za naučnu oblast Ekonomija.

Na raspisani konkurs objavljen dana 12.07.2019. godine, na sajtu Zavoda za zapošljavanje javila se kandidatkinja - Doc. dr Marija Janković. Analitičkim sagledavanjem dostavljene dokumentacije, prezentiranih naučnih radova, projekata i ostale dokumentacije, dostavljenih na uvid, a u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademska zvanja, koja je usvojio Savjet za obrazovanje i Uputstvom za primjenu Mjerila za izbor u akademska zvanja, objavljenih na sajtu Univerziteta Mediteran, podnosim sledeći

IZVJEŠTAJ

I PODACI O KANDIDATU

OSNOVNI BIOGRAFSKI PODACI

Doc. dr Marija Janković rođena je u Nikšiću, 20.05.1980. godine. Završila je Ekonomski Fakultet u Podgorici, 20.05.2003. godine, sa prosječnom ocjenom 9,73, odbranivši diplomski rad na temu „*Informacioni sistem Nikšićke banke AD Nikšić*“, kod mentora prof. dr Vujice Lazovića.

Magistarsku tezu pod nazivom „*Elektronsko poslovanje u osiguravajućim kompanijama*“, odbranila je 2009. Godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora prof. dr Biljane Rondović.

Doktorsku disertaciju pod nazivom „*Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije*“ odbranila je 21.03.2014. godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora prof. dr Radmile Jančić, pred Komisijom u sastavu: prof. dr Andjelko Lojpur, prof. dr Radmila Jančić i prof. dr Milorad Jovović. Na Univerzitetu Mediteran je stekla zvanje docenta 25.12.2014. godine. (Odluka o izboru u akademsko zvanje docentkinje za oblast Marketing menadžment br. R-230412-14 od 25.12.2014. godine)

RADNO ISKUSTVO

U periodu od završetka studija 2003-2010 godine, radila je na mjestu komercijalnog direktora u porodičnoj kompaniji „Luminiscencija“. Od januara 2005. godine honorarno se zapošljava na Fakultetu za poslovne studije na mjestu asistenta, a potom i saradnika u nastavi, na predmetima: Poslovna informatika, Medjunarodni menadžment i Mikroekonomija. Na istom Fakultetu, stupa u stalni radni odnos, na mjesto saradnika u nastavi. Kao Prodekan za nastavu, finansije i medjunarodnu saradnju radila je u jednom mandatu. Trenutno obavlja funkciju dekana Fakulteta za ekonomiju i biznis. Profesor je na svim nivoima studija, od osnovnih, specijalističkih i magistarskih i MBA studija.

Član je: Komisije za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore, Komisije za izbor idejno grafičkog rješenja vizuelnog identiteta (žiga) nacionalnog brenda Crne Gore 2016. Godine, Radne grupe za Pregovaračko poglavlje 3 – „Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga“, Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024, Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2025, Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat „Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost“ od 2016. godine., Naučnog Odbora GSI Symposim, Uredjivačkog odbora časopisa „African Journal of Hospitality“, „Tourism and Leisure“, www.ajhtl.com, Komisije za izbor najaktivnijeg studenta i najaktivnijeg srednjoškolca u Crnoj Gori od 2017. godine., Medjunarodnog naučnog odbora Medjunarodne naučne Konferencije ISNRM 2019.. Organizacionog odbora naučnog simpozijuma Zaječar 2019. godine, Mentor na izradi 39 specijalističkih radova i 3 magistarska rada.

II KVANTITATIVNO OCJENJIVANJE BIBLIOGRAFIJE

Kandidatkinja Doc. dr Marija Janković objavila je veliki broj radova u međunarodnim i domaćim časopisima. Neki od njih biće predmet analize u ovom izvještaju.

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

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	BROJ BODOVA	
	Za referencu	Za kandidata
1.1 Radovi u naučnim časopisima		
Q3 Časopisi koji se nalaze u prvih 75% među časopisima sa web of science liste (SCI, SCIE, SSCI, AHCI) 1. Jankovic M. 2019. „<i>Factors of electronic marketing adoption in aommercial banks in the countries of South-Eastern Europe</i>“, International Journal of Scholarly Papers. Transformations in Business & Economics (TIBE), accepted for publication, 2019. (SSCI, SS, JCP/SCE, SCOPUS, IBSS, EconLit, e-JEL, JEL on CD, Cabell's Directory, EBSCO)	9	9
Q5 Rad u međunarodnom časopisu koji nije indeksiran na na SCI/SCIE/SSCI/A&HCI listama 2. Abrhám, J.; Britchenko, I.; Jankovic, M.; Garškaitė-Milvydienė, K. 2018.<i>Energy security issues in contemporary Europe, Journal of Security and Sustainability Issues</i> , 7(3): 387-398. https://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3(1) (SCOPUS, CrossRef, EBSCO, DRJI), (https://jssidoi.org/jssi/page/abstracting-indexing) 3. Jankovic M., 2017. „<i>Application of Emotional Branding Strategy in the Model Development of Sports Brand of the Bottled Water Market</i>“, SportMont 15(2017) 2: 49-52, Original Scientific Paper, UDC 663.64.059.796; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi; 4. Jankovic M., 2019. „<i>Holistic Marketing Approach in Media Communications of Sport Organizations</i>“, SportMont , oktobar 2019., prihvaćen za objavljivanje; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi; 5. Janković M., Jakšić – Stojanović A., „<i>Challenges Of Sports Branding</i>” Sport Mont 2019, 17(1), 75-78 DOI: 10.26773/smj.190213, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi; 6. Jakšić-Stojanović A., Janković M., Šerić N., „<i>Montenegro As High Quality Sports Tourism Destination – Trends And Perspectives</i>“, Sport Mont 2019, 17(1), 93-95 DOI: 10.26773/smj.190218, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi; 7. Jankovic M., Jaksic – Stojanovic A., Vukilic B., Seric N., Ibrahim A., „<i>Branding Of Protected Areas And National Parks: A Case Study Of Montenegro</i>“, African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure, 2019. Volume 8(2), (SCOPUS, DOAJ, DOAR);	4	1,33
	4	4
	4	4
	4	4
	4	2
	4	4
	4	2

8. Jovović R., Janković M. , „Trend Of An Increasing Inequality, And Consequence“, Economics And Economy, ISBN 2336-9213, Vol.5, Number 9-10, December 2017.	4	2
9. Jankovic M. , „Cjenovna konkurencija na oligopolskim tržištima sa homogenim proizvodima“, Economics&Economy,ISBN 2336-9213,Podgorica, 2017.	4	1
10. Dautovic E., Jankovic M. „Izazovi ženskog preduzetništva u Crnoj Gori“,Economics&Economy,Podgorica, Vol.1, No.4, decembar 2014. ISSN 2336-9213, COBISS.CG-ID 21910544;	4	2
11. Jankovic M. , „Značaj informacije u kriznom komuniciranju“, Medijski dijalozi, Istraživacki medijski centar Podgorica, Broj 24 , Maj 2016. ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	2
12. Jankovic M. , Jagodic N., Janicic R., „Etički aspekt oglašivačkih sadržaja“, Medijskidijalozi, IstraživackimedijskicentarPodgorica, novembar 2016. , IX/ br. 25, ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
13. Maroš M., Janković M. , „Medijska promocija crnogorskog sporta“, Medijskidijalozi, str.77-87., ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, Istraživacki medijski centar Podgorica, IX/br. 25, Novembar 2016.	4	1
14. Maroš M., Jankovic M. , „Medijsko brendiranje“,Medijskidijalozi, Istraživacki medijski centar Podgorica, , No. 21, 2015., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
15., Jankovic M. , Luburic V. „Strategijaplaniranja održivog razvoja usluz bipoboljšanja Nacionalnog parka " Durmitor - studijaslučaja: " Medijskidijalozi, IstraživackimedijskicentarPodgorica, No. 22, 2015., pp., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;		
16. Jankovic M. , Janićić R., Đakonović S., „Inkluzija postmodernizma u nove medije“, Medijski dijalozi, br. str. , ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, IstraživackimedijskicentarPodgorica, X/br.29, novembar 2017.g.;	2	2
Q6 Rad u časopisu od nacionalnog značaja		
17. Jankovic M.,Luburic V., Sofranac R „Sustainable Tourism As A Basis Of Management Of National Parks In Montenegro“, Ekonomika, 04/2018., Journal For Economic Theory And Practice And Social Issue, ISSN 0350-137X, EISSN 2334-9190, UDK 338 (497,1), Available On Http://Www.Ekonomika.Org.Rs/Sr/PDF/Ekonomika/2017/Clanci17-4/4.Pdf), (Reference At SCINDEKS, ERIH PLUS, PROQUEST, DOAJ, EBSCO, ECONLIT, ECONPAPERS, CNKI, J-GATE, CEEOL, KOBSON).	2	2

18. Jankovic M. , „ <i>Brendiranje u bankarstvu</i> “, <i>Bankar,domaći časopis, broj 30, 2015.g.</i> , junsko izdanje, Udruženje banaka Crne Gore, ISSN 1800-7465;		
1.2 Radovi na naučnim Konferencijama, učešća na izložbama i slično		
K 2 Naučni rad na međunarodnom naučnom skupu (štampano u cjelini)		
19. Zivkovic O., Jankovic M. , „ <i>Analysis Of The Activities Of The Branch Offices Of Foreign Transnational Companies In Montenegro And The Economies Of The Countries Surrounding</i> “, GSI Symposium, Abstract Book And Full Paper, 2018.	2	1
20. Jankovic M. ,Bokic M., „ <i>Destination Branding: Case study of National Parks in Montenegro</i> “, Zbornik radova na Konferenciji SITKON 2016, Beograd., str (187-191), septembar 2016.	2	2
21. Jankovic M. , „ <i>Application of Emotional Branding Strategy in the Model Developmen of Sports Brand of The Bottled Water Market</i> “, Zbornik sa 14. Međunarodne naučne Konferencije „Sport perfromances“, Budva, april 2017.	2	2
22. Jankovic M. , „ <i>Brendiranje Crne Gore sa (turističkog) aspekta razvoja vinske brend destinacije</i> “, Zbornik radova, Konferencija organizovana u saradnji Ministarstva ekonomije Vlade Crne Gore sa HansZajdelfondacijom, Kolašin, Bianka, februar 2016.	2	2
23. Jankovic M. , „ <i>Društvene mreže u službi unaprijeđenja nacionalnog brenda</i> “, Treća Međunarodna Konferencija Ministarstva ekonomije CG, mart, 2017., Budva.	2	2
24. Šofranac R., Janković M. , » <i>Razvoj TQM sistema</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
25. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, „ <i>Ispunjenje potreba korisnika – važna dimenzija kvaliteta medicinske usluge</i> “, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
26. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, » <i>Jedan pristup izračunavanju kvaliteta medicinske usluge</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
27. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija , Mustur Dušan, » <i>Medicinska etika bitan faktor koji determiniše sistem zdravstvene zaštite</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
28. Andjela Jaksic-Stojanovic, Jankovic M. , <i>Adventages and disadventeges of Sport tourism in Montenegro</i> “, Zbornik sa 15. Međunarodne naučne Konferencije „Sport perfromances“, Cavtat, 2019.		
1.3 Projekti		

I8 Učešće u međunarodnom naučnom projektu		
29. Ph-ELIM projekat - Uvodjenje novih studijskih planova i programa iz oblasti menadžmenta u javnom zdravstvu; European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP	4	4
UKUPNO NAUČNO ISTAŽIVAČKI RAD		60,97
2. PEDAGOŠKE SPOSOBNOSTI		
P2 Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas		
1. Janković dr Marija, „Elektronsko osiguranje“, Univerzitet Mediteran, 2017.	4	4
2. Jankovic dr Marija „Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije“, Obod, Cetinje, 2015.	4	4
3. Drašković M., Delibašić M., Ivić M., Jankovic M., „Osnove savremenih privrednih sistema“, ELIT, Podgorica, 2018.	1	1
Gostujući profesor		
P7 Gostujući profesor na inostranim Univerzitetima		
4. Gostujući predavač na predmetu Brend menadžment, Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128,	2	2
Mentorstva		
P10 Na master studijama		
5. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vere Filipović „Strategija brendiranja u službi unaprijedjenja proizvodnog portfolia“, odbranjena 05.07.2019. godine na Univerzitetu Mediteran	2	2
6. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vesne Jovičević na temu „Strateški model brendiranja države u službi njenog pozicioniranja“;	2	2
7. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Dragane Kovačević na temu „Primjena marketing koncepcije u obrazovanju Crne Gore“	2	2
P11 Na specijalističkim studijama		
8. Mentor na izradi 39 specijalističkih radova od 2015-2019. godine	1	20
P12 Na osnovnim studijama		
9. Mentor na izradi 84 završna rada od 2015-2019.g.	0,5	15
Kvalitet nastave	5	5

P17 Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave		
UKUPNO PEDAGOŠKA DJELATNOST		57

III OCJENA USLOVA

STEPEN OBRAZOVANJA

Doc. dr Marija Janković posjeduje odgovarajuće kvalitetno obrazovanje iz oblasti ekonomije i brend menadžmenta. Završila je Ekonomski Fakultet u Podgorici, 20.05.2003. godine, sa prosječnom ocjenom 9,73, odbranivši diplomski rad na temu „Informacioni sistem Nikšićke banke AD Nikšić“, kod mentora prof. dr Vujice Lazovića. Magistarsku tezu pod nazivom „Elektronsko poslovanje u osiguravajućim kompanijama“, odbranila je 2009. Godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora, prof. dr Biljane Rondović. Doktorsku disertaciju pod nazivom „Strategije upravljanja korporativnim brendom, kao odgovor na izazove globalizacije“ odbranila je 21.03.2014. godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora prof. dr Radmile Jančić, pred Komisijom u sastavu: prof. dr Andjelko Lojpur, prof. dr Radmila Jančić i prof. dr Milorad Jovović.

Na Univerzitetu Mediteran je stekla zvanje docenta 2014. godine. (Odluka o izboru u akademsko zvanje docentkinje za oblast Marketing menadžment br. R-230412-14 od 25.12.2014. god)

Bila je učesnik brojnih usavršavanja, kurseva i konferencija u zemlji i inostranstvu od kojih su najznačajniji:

- **GSI Symposium**, 2018. godine, Montenegro, *“International Symposium of business and economics”*, Podgorica 2018. godine, Keynote speaker, University Mediterranean;
- **GSI Symposium**, 2018. godine, Montenegro, *“International Symposium of business and economics”*, Podgorica 2018. godine, Participant. Izlaganje rada na Konferenciji: *“Analiza aktivnosti filijala stranih transnacionalnih kompanija u privredama Crne Gore i zemalja okruženja”*, 2018. godine sa O.Živković;
- **International conference SER 2018** on *“New trends and best practices in socioeconomic research”* held on 26-28 april, 2018. godine, Igalo (Herceg Novi); Abstrakt na temu: *“A Perspective on Brand Meaning – Case of Montenegro”*, M.Jankovic;

- **XIV Međunarodna naučna Konferencija, MSA Conference**, „Transformation Processes in Sport – Sport Performance“, izlaganje rada na temu „*Application of Emotional Branding Strategy in the Model Development of Sports Brand of The Bottled Water Market*“, objavljen u Sport Mont Journal, Sport Mont 15 (2017) 2: 49-52; Original scientific paper, UDC 663.64.059:796;
- **XV Međunarodna naučna Konferencija, MSA Conference 2019, Cavtat, Croatia**, izlaganje rada sa A.Jaksic-Stojanovic na temu „*Advantages and disadvantages of sports tourism in Montenegro*“;
- **IX Međunarodni Simpozijum o upravljanju prirodnim resursima, ISNRM 2019**, paper „*City branding*“ ;
- **III Međunarodna Konferencija o brendiranju Crne Gore**, u organizaciji Ministarstva ekonomije, Direktorata za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača; izlaganje na temu „*Društveni mediji u službi nacionalnog brendiranja*“, Hotel Avala, Budva, mart 2017.;
- **II Međunarodna Konferencija o brendiranju Crne Gore**, „Iskustva i izazovi u procesu brendiranja Crne Gore“, izlaganje na temu „*Brendiranje Crne Gore sa (turističkog) aspekta razvoja vinske brend destinacije*“, Kolašin, Hotel Bianka, 2016.g.,
- Gostujući predavač na predmetu **Brend menadžment**, Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128,
- **SITIKON Konferencija, 2016.g.**, izlaganje na temu: „*Destination branding: a case study of national parks in Montenegro*“, sa Bokić M.;
- Glavni organizator **III Međunarodnog naučnog Kongresa „AGRIMBA AVA 2013“**, Hotel Avala, Budva;
- Trening iz oblasti **Marketing menadžmenta u zdravstvu**, National and Kapodistrian University of Athens, Greece, januar 2018.;
- **"Internet marketing communication"**, BEST (Board of European Students of Technology), seminar "WWW – What World Want – Internet communication", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2009.
- **"Strategy of Branding"**, BEST (Board of European Students of Technology), seminar "Brand Your Idea! Brand Management in Technology", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2008.
- Glavni kooperator između Fakulteta i Vladinog tijela Koordinacionog tima za implementaciju komunikacione strategije o evroatlantskim integracijama Crne Gore u NATO; organizovala većinu okruglih stolova i studentskih takmičenja na temu **NATO integracija**.
- Član radnog tima na Fakultetu - DEVCORE projekat - Razvoj ishoda učenja – put ka boljoj uporedivosti, priznavanju i zapošljivosti
- Koordinator - Ph-ELIM projekat - Uvodjenje novih studijskih planova i programa iz oblasti menadžmenta u javnom zdravstvu;
- Član radnog tima na Fakultetu DEBUT M- Uvodjenje novog studijskog programa (MBA - primijenjene master studije na engleskom jeziku) na Fakultetu za ekonomiju i biznis;

- Obuka na Međunarodnoj ljetnjoj školi "King's School", Oxford, United Kingdom (1997 - 1999)
- Član tima za izradu projekta „Unaprijeđenje prodaje kompanije Lipovo“, BAS Program, 2013.
- Dio tima za uspostavljanje novih programa na Univerzitetu Mediteran, na postdiplomskim studijama;

Dobitnik je brojnih sertifikata, od kojih se izdvajaju najvažniji:

- Sertifikat za završenu obuku „**Trener trenera**“, Uprave za kadrove Crne Gore, 2010.g.;
- Phelim project course and certificate, “ **Training in Management in Public Health**”, National Kapodistrian University of Athens, January 2018.;
- Istaknuti ekspert za izbor visokorukovodnog kadra (oblast ekonomije);
- Sertifikat o završenoj obuci u sklopu Erasmus + programa, Phelim projekat, za unaprijeđenje studijskih programa u oblasti Menadžmenta u zdravstvu, Podgorica 2018.g.;
- Sertifikat o položenom stručnom ispitu za rad u državnoj upravi, Uprava za kadrove, 2017.g.;

Doc. dr Marija Janković je autor dva studijska udžbenika i koautor jednog udžbenika. Napisala je kao autor i koautor preko 40 naučnih članaka, od kojih su dva na renomiranoj SSCI listi. Radovi se najvećim dijelom odnose na oblast ekonomije, brend menadžmenta i marketinga.

Na osnovu navedenog se može konstatovati da u pogledu stepena obrazovanja Doc.dr Marija Janković u potpunosti ispunjava uslove Zakona o visokom obrazovanju RCG, za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora.

NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI RAD

Na osnovu detaljnog i potpunog uvida u Klasifikacionu biografiju kandidatkinje i priložene radove može se zaključiti da je kandidatkinja svoj naučno-istraživački rad usmjerila na oblasti za koje se bira u zvanje i to prije svega na oblast ekonomije i uže oblasti brend menadžmenta.

Priličan broj radovaje fokusiran na oblast ekonomije i brend menadžmenta, marketing menadžmenta, marketinških komunikacija i PR-a.

Naučnoistraživački rad kandidatkinje posjeduje zadovoljavajući kvalitet, adekvatno je selektovana struktura radova, podjednako su zastupljeni radovi objavljeni u relevantnim naučnim časopisima i na naučnim skupovima (simpozijumima, kongresima i seminarima). Opus kandidata karakteriše relevantna naučna metodologija i njihova verifikacija u korektno izvedenim zaključcima.

Rezultati istraživanja imaju i konkretnu teorijsku i praktičnu primjenljivost. Na osnovu analize svih objavljenih radova, može se zaključiti da kandidatkinja dr Marija Janković, u pogledu naučno-istraživačkog rada ispunjava uslove za izbor u zvanje vanrednog profesora.

STRUČNI RAD

Kandidatkinja je bila autor i predavač na seminaru »*Vještine uspješne komunikacije*«, 2019. godine i pohađala je razne kurseve iz oblasti obučavanja rukovodećeg kadra, a takođe je i istaknuti ekspert za izbor rukovodnog kadra iz oblasti ekonomije. U sklopu Phelim projekta, čiji je koordinator ispred Univerziteta Mediteran pohađala je dvije obuke iz oblasti *Menadžmenta u javnom zdravlju*. Takođe, posjeduje sertifikat za završenu obuku »*Trener trenera*« i izvodi predavanja sa ciljem povećanja opštih znanja zaposlenih. Posjeduje i Sertifikat o položenom stručnom ispitu za rad u državnoj upravi. Pohađala je specijalističke kurseve na Međunarodnoj ljetnjoj školi "King's School", Oxford, United Kingdom.

U realizaciji međunarodnih projekata, uključena je u projekte:

- 1) PH-ELIM- "Unaprijeđenje studijskih programa u oblastima upravljanja javnim zdravljem i medicinske informatike u Crnoj Gori", - European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP.
- 2) Studija "Strategija unapređenja prodaje sa analizom brenda Aqua monta" EBRD, OFFICE PODGORICA BAS PROGRAM MONTENEGRO, 2010. (Agreement No. GA-MNE-2011-1903).
 - Profesor je na predmetu Brend menadžment, na međunarodnom projektu ERASMUS april 2018.g. Univerziteta u Varni. (Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128).
 - Član Radne grupe AGRIMBA (International Network for the MBA Agribusiness and Commerce) za otvaranje MBA master studija na engleskom jeziku u Crnoj Gori.
 - Glavni organizator III Međunarodnog naučnog Kongresa „AGRIMBA AVA 2013“, Hotel Avala, Budva.

Kandidatkinja je član : Radne grupe za Pregovaračko poglavlje 3 - „Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga“, Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024 i Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2025. Član je Naučnog Odbora GSI Symposiuma, kao i član uredjivačkog Odbora naučnog časopisa "African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure". Član je Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat "Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost" 2016.g., potom Komisije za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore i Komisije za izbor idejno grafičkog rješenja vizuelnog identiteta (žiga) nacionalnog brenda Crne Gore 2016.g. Takođe član je Međunarodnog naučnog odbora Međunarodne naučne

Konferencije ISNRM 2019 i organizacionog odbora naučnog simpozijuma Zaječar 2019. godine. Takođe je uvodni govornik na GSI Symposium Montenegro, "International Symposium of business and economics", koji je održan u Podgorici 2018. godine.

PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST

Kandidatkinja je prvobitno angažovana honorarno na Fakultetu za poslovne studije Univerziteta Mediteran od 2005. godine, gdje je stalno zaposlena od 06.09.2010. godine. U zvanje docenta je izabrana 24.12.2014. godine. U međuvremenu je bila angažovana i na Fakultetu za strane jezike Univerziteta Mediteran na predmetu Poslovna etika. Na matičnom fakultetu drži predavanja na osnovnim studijama na predmetima: *Mikroekonomija, Makroekonomija, Marketing usluga, Odnosi sa javnošću i Liderstvo*, na specijalističkom nivou studija predmete *Brend menadžment i Integrisane marketinške komunikacije*, na MBA studijama *Microeconomics i Macroeconomics* i na magistarskim studijama *Međunarodno poslovanje i marketing*.

U nastavi koristi, za sve predmete, referentne inostrane udžbenike. Doc dr Marija Janković je mentor, komentor i član komisija na veoma velikom broju završnih, specijalističkih, master radova. Bila je mentor na izradi master teze kandidata Vere Filipović pod nazivom »*Bređiranje u funkciji unaprijedjenja proizvodnog portfolia*«. Takodje je aktuelni mentor za tri magistranta na Fakultetu za ekonomiju i biznis Univerziteta Mediteran. Na svim dosadašnjim evaluacijama dobijala je od studenata najviše moguće ocjene za svoj rad.

IV VERIFIKACIJA BODOVA

1. Zbirni pregled radova i bodova

R.br.	VRSTA DJELATNOSTI	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
		Ukupno	U poslj. izbornom periodu	Ukupno	U poslj. izbornom periodu
1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST		28		60,97
2.	UMJETNIČKA DJELATNOST				
83.	PEDAGOŠKA DJELATNOST		10		48
4.	STRUČNA DJELATNOST		3		9
UKUPNO			41		117,97

Među priloženim radovima kandidatkinje svojim značajem i aktuelnošći izdvajamo:

1. **Jankovic M., Luburic V., Sofranac R.,** „*Sustainable Tourism As A Basis Of Management Of National Parks In Montenegro*“, Ekonomika, 04/2018., Journal For Economic Theory And Practice And Social Issue, ISSN 0350-137X, EISSN 2334-9190, UDK 338 (497,1), Available On [Http://Www.Ekonomika.Org.Rs/Sr/PDF/Ekonomika/2017/Clanci17-4/4.Pdf](http://Www.Ekonomika.Org.Rs/Sr/PDF/Ekonomika/2017/Clanci17-4/4.Pdf)), (Reference At SCINDEKS, ERIH PLUS, PROQUEST, DOAJ, EBSCO, ECONLIT, ECONPAPERS, CNKI, J-GATE, CEEOL, KOBSON).

U ovom radu kandidatkinja je prvi autor i tema rada su savremeni trendovi u turizmu, koji imaju uticaja na održivost i razvoj nacionalnih parkova. U tom kontekstu, autori naglašavaju da je održivi razvoj sastavni dio koncepta nacionalnih parkova, u osnovi kog leži njegov cilj, a to je dugoročna stabilnost privrede i životne sredine. U radu je pokazano da su zaštićena područja, sa stanovišta održivosti, moderator razvojnog dizajna u područjima u kojima se nalaze. Autori u radu naglašavaju da nacionalni parkovi Crne Gore, svojom raznolikošću potencijala, na dugi rok u potpunosti mogu zadovoljiti savremene zahtjeve svjetskog turizma i zauzeti poziciju svjetske destinacije primjenom ovog koncepta. Prema projekcijama Svjetske turističke organizacije, broj turista do 2020. godine će biti udvostručen u Evropi i porašće na 720 miliona. Komparativnom analizom ciljeva upravljanja uključenih kroz Plan upravljanja nacionalnim parkovima u zemljama u regionu, zaključuje se da su metodološke postavke u svim zemljama jako slične. Pravni okviri su gotovo identični, dok se sadržaji i smjernice u pogledu zaštite i održivog razvoja razlikuju.

Analitičkim pristupom, autori su pokazali da Nacionalni parkovi Crne Gore, sa svojim raznolikim potencijalom, mogu u potpunosti da ispunjavaju savremene zahtjeve turizma zasnovanog na razvoju prirodnih potencijala, uz efikasan rad i savremenu viziju, te se dugoročno pozicionirati kao specifična brend destinacija na sve zahtjevnijem svjetskom tržištu.

Akcentat je stavljen na kreiranje inovativnih programa u turizmu i praćenju trendova, u skladu sa očuvanjem biodiverziteta i ekologije. Kroz strategiju upravljanja zasnovanu na održivosti, uz jake marketinške napore, doprinijeće se održivom razvoju uz zaštitu životne sredine i biološku raznolikost.

2. **Jankovic M.,** 2019. „*Holistic Marketing Approach in Media Communications of Sport Organizations*“, SportMont ,oktobar 2019., (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;

U ovom radu autorka je fokusirana na analizu uticaja holističkog marketing pristupa u sportskim organizacijama i danas veoma plaćenom sportskom marketingu. Autorka ističe da je ovaj pristup zahtijevao integrisane marketinške komunikacije u

odnosu sa ciljnom publikom, koja predstavlja osnovu za istraživačke potrebe i želje sportske javnosti, te istakla važnost dosljednog prepričavanja priča sa ciljnom publikom, upotrebom savremenih informacionih tehnologija. Istraživanje je sprovedeno putem fokus grupe sa 7 različitih sportskih novinara iz Srbije i Crne Gore, u kojem je zaključeno da publika želi što interaktivniju komunikaciju sa sportistima, kao i da novinari moraju da private savremene forme i oblike komunikacije sa publikom.

Zaključak je da holistički marketing pristup utiče na komunikaciju u sportskim medijima, te da kroz strategije internog marketinga, integrisanog i društveno-odgovornog marketinga, može da se poboljša komunikacija putem sportskih medija. Na kraju, autorka zaključuje da će marketinške analize pomoći u identifikovanju prednosti i nedostataka u marketingu u sportskim organizacijama i dati platformu za njegov dalji razvoj.

IV MIŠLJENJE

Na osnovu prethodno izloženog, i detaljne analize priložene dokumentacije koja je vrednovana u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta »Mediteran« je pokazano da je kandidatkinja Doc. dr Marija Janković ima odgovarajući naučno-istraživački i stručni rad, te da je stekla odgovarajuće pedagoško iskustvo, kao i iskustvo u praktičnoj nastavi, integrišući savremene metode i tehnike izvođenja nastave. Analitičkim sagledavanjem svih činjenica, smatram da kandidatkinja ispunjava predviđene uslove iz Zakona o visokom obrazovanju, u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademska zvanja, koja je usvojio Savjet za obrazovanje, i Upustvom za primjenu Mjerila za izbor u akademska zvanja, objavljenih na sajtu Univerziteta Mediteran i da posjeduje potrebne kvalitete u naučno-istraživačkom, pedagoško-nastavnom i stručnom pogledu.

Sa zadovoljstvom predlažem Senatu Univerziteta "Mediteran" da Doc. dr Mariju Janković izabere u akademsko zvanje vanrednog profesora za oblast Ekonomije.

U Podgorici, 21.10.2019.g

Član recenzentske komisije
Prof. dr Radmila Jančić, redovni profesor

Radmila Jančić

**FAKULTETU ZA EKONOMIJU I BIZNIS
UNIVERZITETA "MEDITERAN"
PODGORICA**

Odlukom Senata Univerziteta "Mediteran" broj R- 1708/2-19 od 30.09.2019. godine imenovan sam za člana Komisije za izbor u akademsko zvanje (sva zvanja) za naučnu oblast Ekonomija.

Na raspisani konkurs objavljen dana 12.07.2019. godine, na sajtu Zavoda za zapošljavanje javila se kandidatkinja – Doc. dr Marija Janković. Analitičkim sagledavanjem dostavljene dokumentacije, prezentiranih naučnih radova, projekata i ostale dokumentacije, dostavljenih na uvid, a u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademsko zvanje, koja je usvojio Savjet za obrazovanje i Uputstvom za primjenu Mjerila za izbor u akademsko zvanje, objavljenih na sajtu Univerziteta Mediteran, podnosim sledeći

IZVJEŠTAJ

I PODACI O KANDIDATU

OSNOVNI BIOGRAFSKI PODACI

Doc. dr Marija Janković rođena je u Nikšiću, 20.05.1980. godine. Završila je Ekonomski Fakultet u Podgorici, 20.05.2003. godine, sa prosječnom ocjenom 9,73, odbranivši diplomski rad na temu „*Informacioni sistem Nikšićke banke AD Nikšić*“, kod mentora prof. dr Vujice Lazovića.

Magistarsku tezu pod nazivom „*Elektronsko poslovanje u osiguravajućim kompanijama*“, odbranila je 2009. godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora prof. dr Biljane Rondović.

Doktorsku disertaciju pod nazivom „*Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije*“ odbranila je 21.03.2014. godine, na Ekonomskom Fakultetu u Podgorici, kod mentora prof. dr Radmile Jančić, pred Komisijom u sastavu: prof. dr Anđelko Lojpur, prof. dr Radmila Jančić i prof. dr Milorad Jovović. Na Univerzitetu Mediteran je stekla zvanje docenta 25.12.2014. godine. (Odluka o izboru u akademsko zvanje docentkinje za oblast Marketing menadžment br. R-230412-14 od 25.12.2014. godine)

RADNO ISKUSTVO

U periodu od završetka studija 2003-2010 godine, radila je na mjestu komercijalnog direktora u porodičnoj kompaniji „Luminiscencija“. Od januara 2005. godine honorarno se zapošljava na Fakultetu za poslovne studije na mjestu asistenta, a potom i saradnika u nastavi, na predmetima: Poslovna informatika, Međunarodni menadžment i Mikroekonomija. Na istom Fakultetu, stupa u stalni radni odnos, na mjesto saradnika u nastavi. Kao Prodekan za nastavu, finansije i međunarodnu saradnju radila je u jednom mandatu. Trenutno obavlja funkciju dekana Fakulteta za ekonomiju i biznis. Profesor je na svim nivoima studija, od osnovnih, specijalističkih, magistarskih i MBA studija.

Član je: Komisije za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore, Komisije za izbor idejno grafičkog rješenja vizuelnog identiteta (žiga) nacionalnog brenda Crne Gore 2016. Godine, Radne grupe za Pregovaračko poglavlje 3 – „Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga“, Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024, Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2025, Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat „Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost“ od 2016. godine, Naučnog Odbora GSI Symposim, Uredjivačkog odbora časopisa „African Journal of Hospitality“, „Tourism and Leisure“, www.ajhtl.com, Komisije za izbor najaktivnijeg studenta i najaktivnijeg srednjoškolca u Crnoj Gori od 2017. godine, Međunarodnog naučnog odbora Međunarodne naučne Konferencije ISNRM 2019, Organizacionog odbora naučnog simpozijuma Zaječar 2019. godine. Mentor je za 39 specijalističkih radova i 3 magistarska rada.

II KVANTITATIVNO OCJENJIVANJE BIBLIOGRAFIJE

Kandidatkinja je objavila veći broj radova u međunarodnim i domaćim časopisima koji se indeksiraju u relevantnim međunarodnim bazama. Neki od njih biće predmet analize u ovom izvještaju.

U narednoj tabeli izvršena je kategorizacija i kvantitativno ocjenjivanje naučno-istraživačkih rezultata i pedagoških sposobnosti kandidatkinje relevantnih za izbor u zvanje vanrednog profesora, u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademsku zvanja.

PREGLED RADOVA I BODOVA NAKON POSLJEDNJEG IZBORA

1. NAUČNOISTRAŽIVAČKA DJELATNOST	BROJ BODOVA	
	Za referencu	Za kandidata
1.1 Radovi u naučnim časopisima		
Q3 Časopisi koji se nalaze u prvih 75 % među časopsima sa web of science liste (SCI, SCIE, SSCI, AHCI) 1. Jankovic M. 2019. „ <i>Factors of electronic marketing adoption in aommercial banks in the countries of South-Eastern Europe</i>“, International Journal of Scholarly Papers. Transformations in Business & Economics (TIBE), accepted for publication, 2019. (SSCI, SS, JCP/SCE, SCOPUS, IBSS, EconLit, e-JEL, JEL on CD, Cabell's Directory, EBSCO)	9	9
Q5 Rad u međunarodnom časopisu koji nije indeksiran na na SCI/SCIE/SSCI/A&HCI listama 2. Abrhám, J.; Britchenko, I.; Jankovic, M.; Garškaitė-Milvydienė, K. 2018. <i>Energy security issues in contemporary Europe</i>, Journal of Security and Sustainability Issues , 7(3): 387-398. https://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3(1) (SCOPUS, CrossRef, EBSCO, DRJI), (https://jssidoi.org/jssi/page/abstracting-indexing)	4	1,33
3. Jankovic M., 2017. „ <i>Application of Emotional Branding Strategy in the Model Development of Sports Brand of the Bottled Water Market</i>“, SportMont 15(2017) 2: 49-52, Original Scientific Paper, UDC 663.64.059.796; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;	4	4
4. Jankovic M., 2019. „ <i>Holistic Marketing Approach in Media Communications of Sport Organizations</i>“, SportMont , oktobar 2019., prihvaćen za objavljivanje; (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;		
5. Janković M., Jakšić – Stojanović A., „ <i>Challenges Of Sports Branding</i>“ Sport Mont 2019, 17(1), 75-78 DOI: 10.26773/smj.190213, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;	4	4
6. Jakšić-Sojanović A., Janković M., Šerić N., „ <i>Montenegro As High Quality Sports Tourism Destination – Trends And Perspectives</i>“, Sport Mont 2019, 17(1), 93-95 DOI: 10.26773/smj.190218, (SCOPUS, DOAJ, SCImago, Index Copernicus, SPORTDiscus), časopis na Q4 listi;	4	4
7. Jankovic M., Jaksic – Stojanovic A., Vukilic B., Seric N., Ibrahim A., „ <i>Branding Of Protected Areas And National Parks: A Case Study Of Montenegro</i>“, African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure, 2019. Volume 8(2), (SCOPUS, DOAJ, DOAR);	4	2

8. Jovović R., Janković M., „Trend Of An Increasing Inequality, And Consequence“, Economics And Economy, ISBN 2336-9213, Vol.5, Number 9-10, December 2017.	4	4
9. Jankovic M., „Cjenovna konkurencija na oligopolskim tržištima sa homogenim proizvodima“, Economics&Economy,ISBN 2336-9213,Podgorica, 2017.	4	2
10. Dautovic E., Jankovic M.,„Izazovi ženskog preduzetništva u Crnoj Gori“,Economics&Economy,Podgorica, Vol.1, No.4, decembar 2014. ISSN 2336-9213, COBISS.CG-ID 21910544;	4	2
11. Jankovic M., „Značaj informacije u kriznom komuniciranju“, Medijski dijalozi, Istraživački medijski centar Podgorica, Broj 24 , Maj 2016. ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
12. Jankovic M., Jagodic N., Janicic R., „Etički aspekt oglašivačkih sadržaja“, Medijskidijalozi, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, novembar 2016. , IX/ br. 25, ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480;	4	2
13. Maroš M., Janković M., „Medijska promocija crnogorskog sporta“, Medijskidijalozi, str.77-87., ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, IX/br. 25, Novembar 2016.	4	2
14. Maroš M., Jankovic M., „Medijsko brendiranje“,Medijskidijalozi, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, , No. 21, 2015., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
15., Jankovic M., Luburic V. , „StrategijaplaniranjaodrživograzvojauslužbipoboljšanjaNacionalnogparka “ Durmitor - studijaslučaja: “ Medijskidijalozi, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, No. 22, 2015., pp., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480;	4	1
16. Jankovic M., Janicic R., Đakonović S., „Inkluzija postmodernizma u nove medije“, Medijski dijalozi, br. str., ISSN 1800-7074 COBISS.CG-ID 12734480, IstraživačkemedijskicentarPodgorica, X/br.29, novembar 2017.g.;	4	1
Q6 Rad u časopisu od nacionalnog značaja		
17. Jankovic M.,Luburic V., Sofranac R. „Sustainable Tourism As A Basis Of Management Of National Parks In Montenegro“, Ekonomika, 04/2018., Journal For Economic Theory And Practice And Social Issue, ISSN 0350-137X, EISSN 2334-9190, UDK 338 (497,1), Available On Http://Www.Ekonomika.Org.Rs/Sr/PDF/Ekonomika/2017/Clanci17-4/4.Pdf), (Reference At SCINDEKS, ERIH PLUS, PROQUEST, DOAJ, EBSCO, ECONLIT, ECONPAPERS, CNKI, J-GATE, CEEOL, KOBSON).	4	1
18. Jankovic M., „Brendiranje u bankarstvu“, Bankar,domaći časopis, broj 30, 2015.g., junsko izdanje, Udruženje banaka Crne Gore, ISSN 1800-7465;	2	2

	2	2
1.2 Radovi na naučnim Konferencijama, učesća na izložbama i slično		
K 2 Naučni rad na međunarodnom naučnom skupu (štampano u cjelini)		
19. Zivkovic O., Jankovic M., „ <i>Analysis Of The Activities Of The Branch Offices Of Foreign Transnational Companies In Montenegro And The Economies Of The Countries Surrounding</i> “, GSI Symposium, Abstract Book And Full Paper, 2018.	2	1
20. Jankovic M., Bokic M., „ <i>Destination Branding: Case study of National Parks in Montenegro</i> “, Zbornik radova na Konferenciji SITKON 2016, Beograd., str (187-191), septembar 2016.		
21. Jankovic M., „ <i>Application of Emotional Branding Strategy in the Model Developmen of Sports Brand of The Bottled Water Market</i> “, Zbornik sa 14. Međunarodne naučne Konferencije „Sport perfomances“, Budva, april 2017.	2	2
22. Jankovic M., „ <i>Brendiranje Crne Gore sa (turističkog) aspekta razvoja vinske brend destinacije</i> “, Zbornik radova, Konferencija organizovana u saradnji Ministarstva ekonomije Vlade Crne Gore sa HansZajdelfondacijom, Kolašin, Bianka, februar 2016.	2	2
23. Jankovic M., „ <i>Društvene mreže u službi unaprijeđenja nacionalnog brenda</i> “, Treća Međunarodna Konferencija Ministarstva ekonomije CG, mart, 2017., Budva.	2	2
24. Šofranac R., Janković M., » <i>Razvoj TQM sistema</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	2
25. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija, Mustur Dušan, » <i>Ispunjenje potreba korisnika – važna dimenzija kvaliteta medicinske usluge</i> “, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
26. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija, Mustur Dušan, » <i>Jedan pristup izračunavanju kvaliteta medicinske usluge</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
27. Šofranac Milica, Šofranac Rajko, Janković Marija, Mustur Dušan, » <i>Medicinska etika bitan faktor koji determiniše sistem zdravstvene zaštite</i> «, Neum, 14-16 jun 2019., Naučno stručni skup sa međunarodnim učešćem;	2	0,66
28. Andjela Jaksic-Stojanovic, Jankovic M., <i>Adventages and disadventeges of Sport tourism in Montenegro</i> “, Zbornik sa 15. Međunarodne naučne Konferencije „Sport perfomances“, Cavtat, 2019.	2	0,66
1.3 Projekti		

I8 Učešće u međunarodnom naučnom projektu		
29. Ph-ELIM projekat - Uvodjenje novih studijskih planova i programa iz oblasti menadžmenta u javnom zdravstvu; European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP	4	4
UKUPNO NAUČNO ISTAŽIVAČKI RAD		60,97

2. PEDAGOŠKE SPOSOBNOSTI		
P2 Univerzitetski udžbenik koji se koristi kod nas		
1. Janković dr Marija, „Elektronsko osiguranje“, Univerzitet Mediteran, 2017.g.;	4	4
2. Jankovic dr Marija „Strategije upravljanja korporativnim brendom kao odgovor na izazove globalizacije“, Obod, Cetinje, 2015.g.	4	4
3. Drašković M., Delibašić M., Ivić M., Jankovic M., „ Osnove savremenih privrednih sistema“, ELIT, Podgorica, 2018.g.	1	1
Gostujući profesor		
P7 Gostujući profesor na inostranim Univerzitetima		
4. Gostujući predavač na predmetu Brend menadžment, Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128,	2	2
Mentorstva		
P10 Na master studijama		
5. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vere Filipović „Strategija brendiranja u službi unaprijedjenja proizvodnog portfolia“, odbranjena 05.07.2019.g na Univerzitetu Mediteran	2	2
6. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Vesne Jovičević na temu „ Strateški model brendiranja države u službi njenog pozicioniranja“;	2	2
7. Mentor na izradi magistarske teze kandidata Dragane Kovačević na temu „ Primjena marketing koncepcije u obrazovanju Crne Gore“	2	2
P11 Na specijalističkim studijama		
8. Mentor na izradi 39 specijalističkih radova od 2015-2019.g.	1	20
P12 Na osnovnim studijama		
9. Mentor na izradi 84 završna rada od 2015-2019.g.	0,5	15
Kvalitet nastave		
P17 Kvalitet pedagoškog rada, odnosno kvalitet nastave	5	5
UKUPNO PEDAGOŠKA DJELATNOST		57

III OCJENA USLOVA

STEPEN OBRAZOVANJA

Doc. dr Marija Janković posjeduje odgovarajuće obrazovanje iz oblasti ekonomije i brend menadžmenta. Završila je Ekonomski Fakultet u Podgorici, 20.05.2003. godine, sa prosječnom ocjenom 9,73. Poslijedipolomke studije je završila na Ekonomskom fakultetu Univerziteta Crne Gore 2009. godine. Doktorsku disertaciju „Strategije upravljanja korporativnim brendom, kao odgovor na izazove globalizacije“ odbranila je 21.03.2014. godine, na Ekonomskom Fakultetu Univerziteta Crne Gore.

Na Univerzitetu Mediteran je stekla zvanje docenta 2014. godine. (Odluka o izboru u akademsko zvanje docentkinje za oblast Marketing menadžment br. R-230412-14 od 25.12.2014. god)

Usavršavala se u zemlji i inostranstvu, u sledećem:

- Trening iz oblasti *Marketing menadžmenta u zdravstvu*, National and Kapodistrian University of Athens, Greece, januar 2018.;
- "*Internet marketing communication*", BEST (Board of European Students of Technology), seminar "WWW – What World Want – Internet communication", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2009.;
- "*Strategy of Branding*", BEST (Board of European Students of Technology), seminar "Brand Your Idea! Brand Management in Technology", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2008.

Za uspešno završene obuke, posjeduje sledeće sertifikate:

- Setifikat za završenu obuku „*Trener trenera*“, Uprave za kadrove Crne Gore, 2010.g.;
- Phelim project course and certificate, "*Training in Management in Public Health*", National Kapodistrian University of Athens, January 2018.;
- Istaknuti ekspert za izbor visokorukovodnog kadra (oblast ekonomije);
- Sertikat o završenoj obuci u sklopu Erasmus + programa, Phelim projekat, za unaprijedjenje studijskih programa u oblasti Menadžmenta u zdravstvu, Podgorica 2018.g.;
- Setifikat o položenom stručnom ispitu za rad u državnoj upravi, Uprava za kadrove, 2017.g.;

Na osnovu navedenog se može konstatovati da u pogledu stepena obrazovanja Doc.dr Marija Janković u potpunosti ispunjava uslove Zakona o visokom obrazovanju RCG, za izbor u akademsko zvanje vanrednog profesora.

NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI RAD

Na osnovu detaljnog i potpunog uvida u Klasifikacionu biografiju kandidatkinje i priložene radove može se zaključiti da je kandidatkinja svoj naučno-istraživački rad usmjerila na oblasti za koje se bira u zvanje i to prije svega na oblast ekonomije i uže oblasti brend menadžmenta.

Najveći broj radova je fokusiran na oblast ekonomije i brend menadžmenta, marketing menadžmenta, marketinških komunikacija i PR-a.

Naučnoistraživački rad kandidatkinje posjeduje zadovoljavajući kvalitet, adekvatno je selektovana struktura radova, podjednako su zastupljeni radovi objavljeni u relevantnim naučnim časopisima i na naučnim skupovima (simpozijumima, kongresima i seminarima). Opus kandidata karakteriše relevantna naučna metodologija i njihova verifikacija u korektno izvedenim zaključcima.

Rezultati istraživanja imaju i konkretnu teorijsku i praktičnu primjenljivost. Na osnovu analize svih objavljenih radova, može se zaključiti da kandidatkinja dr Marija Janković, u pogledu naučno-istraživačkog rada ispunjava uslove za izbor u zvanje vanrednog profesora.

Među priloženim radovima kandidatkinje svojim značajem i aktuelnošću izdvajam:

1. Jankovic, M., (2019), *Factors of electronic marketing adoption in commercial banks in the countries of south-eastern europe (SEEe)*, TIBE, ISSN 1648 – 4460

Predmet ovog istraživanja je analiza opsega faktora uticaja koji utiču na usvajanje elektronskog marketinga (e-marketinga) u komercijalnim bankama. Cilj je analiza postignutog nivoa usvajanja e-marketinga u odabranim postsocijalističkim zemljama jugoistočne Evrope (SEE). U teoretskom dijelu rada odabrane su i analizirane promjenljive, što je rezultiralo sa dvije grupe faktora (endogenih i egzogenih) relevantnih za razumijevanje odluke komercijalnih banaka da usvoje e-marketing. Odabrani su ključni faktori: percipirana korisnost, kompatibilnost, spremnost banaka, uočena jednostavnost upotrebe i pristupačna cijena, pritisak klijenata, konkurentni intenzitet i stav menadžmenta.

U kvantitativnom dijelu rada procijenjen je nivo uticaja odabranih faktora na usvajanje e-marketinga u posmatranim zemljama. Polazi od hipoteze da izabrani faktori imaju značajan uticaj na usvajanje e-marketinga. U radu je pokazano da razumijevanjem prednosti izabranih faktora stvara osnova za njihovu kontrolu i poboljšanje, što će vjerovatno rezultirati povećanjem usvajanja e-marketinga i iskorišćavanjem njegovih prednosti u poboljšanju poslovanja banke. Pri istraživanju percepcije uticaja izabranih faktora korišćen je višestruki linearni regresijski metod.

Kreiran je matematički model zasnovan na višestrukoj linearnoj regresijskoj analizi, koji objašnjava funkcionalni odnos između zavisne promjenljive: nivo usvajanja e-

marketinga i odabranih nezavisnih promjenljivih. Nezavisne promjenljive su izabrane na osnovu teorijskog istraživanja u ovoj oblasti i ispitivanja pouzdanosti dobijenih podataka korišćenjem Alpha testa i faktorske analize komponenti. Cilj je bio procijeniti očekivanu srednju vrijednost zavisne varijable, na osnovu individualnih procjena ispitanika. Likertova skala (0.0, 0.5, 1.0, 1.5, 2.0, 2.5, 3.0, 3.5, 4.0, 4.5, 5.0) je korišćena da bi se dobila percepcija ispitanika, gde 0.0 ukazuje na najmanji uticaj, a 5.0 ukazuje na najveći uticaj. Ispitanici su zamoljeni da procijene zavisnu varijablu u modelu i nezavisne varijable na osnovu njihovog najboljeg znanja, iskustva i (ili) intuicije.

Predstavljani empirijski podaci, kvalitativni i kvantitativni, potvrdili su teorijsku hipotezu. Procjena trenutnog stanja odabranih faktora otkriva mogućnosti koje bi komercijalne banke trebalo ozbiljno iskoristiti kako bi preživjele posljedice globalizacije i otvorenog tržišta. Odabrani faktori u velikoj mjeri objašnjavaju situaciju u e-marketingu u posmatranim zemljama.

2. Jovović, R., Janković M., (2017), „TREND OF INCREASING INEQUALITY, AND CONSEQUENCE“, *Economics&Ecibiny*, volume 5, No 9-10, Elit, ISSN 2336-9213;

Predmet istraživanja ovoga rada je nejednakost – tema koju su ekonomisti rijetko tretirali sve do danas. Autori polaze od stava da je danas ključno pitanje demokratije borba protiv siromaštva. Ako nijesmo u stanju da riješimo problem siromaštva u kontekstu demokratije, a sve više i više ljudi u svetu je siromašno, demokratija će nestati. Nažalost, prema istaživanju autora siromaštvo nije u padu. Ono se povećava. Više od jedne milijarde ljudi gladije, preko 2,5 milijarde ljudi je siromašno i trend je uzlazni!

Rad razmatra veličinu problema nejednakosti i siromaštva, identifikuje posledice koje on izaziva i daje preporuke za poboljšanje situacije. Hipoteza rada je da će rastuća nejednakost povećati siromaštvo sa posledicama koje predstavljaju veliku prijetnju za demokratiju i da političari i ekonomisti moraju hitno reagovati na problem nejednakosti i siromaštva.

Metodologija istraživanja je kvalitativna, uz korišćenje veoma impresivne baze podataka o nejednakosti koju je prikupio francuski ekonomista Pickety sa saradnicima. Rezultati dobijeni analizom teorijskih pristupa nejednakosti i utvrđene dimenzije nejednakosti na osnovu istraživanja empirijskih podataka potvrđuje početnu hipotezu. Nivo nejednakosti i rast siromaštva danas usmjeravaju na jedan bitan zaključak: nijesu dovoljne samo mjere politike i boljeg državnog regulisanja da bi se problem nejednakosti i siromaštva riješio već promjena dominantne vrijednosti na kojoj društvo danas počiva - egoizma i implementaciju nove vrijednosti - racionalnog altruizma.

STRUČNI RAD

Doc. dr Marija Janković, uporedo sa naučnoistraživačkim radom, bila je vrlo angažovana i na polju stručnog rada. Pored redovne nastave koju drži na Fakultetu za poslovne studije na redovnim, specijalističkim, magistarskim studijama, kandidat je angažovan i na više seminara i stručnih obuka. On je bila i viziting profesor na drugim univerzitetima u inostranstvu.

Kandidatkinja je bila autor i predavač na seminaru »Vještine uspješne komunikacije«, 2019. godine i pohađala je razne kurseve iz oblasti obučavanja rukovodećeg kadra, a takođe je i istaknuti ekspert za izbor rukovodnog kadra iz oblasti ekonomije. U sklopu Phelim projekta, čiji je koordinator ispred Univerziteta Mediteran pohađala je dvije obuke iz oblasti *Menadžmenta u javnom zdravstvu*. Takođe, posjeduje sertifikat za završenu obuku »*Trener trenera*« i izvodi predavanja sa ciljem povećanja opštih znanja zaposlenih. Posjeduje i Sertifikat o položenom stručnom ispitu za rad u državnoj upravi. Pohađala je specijalističke kurseve na Međunarodnoj ljetnjoj školi "King's School", Oxford, United Kingdom.

U realizaciji međunarodnih projekata, uključena je u projekte:

- 1) PH-ELIM- "Unaprijeđenje studijskih programa u oblastima upravljanja javnim zdravljem i medicinske informatike u Crnoj Gori", – European Commission Erasmus+Project: 573997-EPP-1-2016-1-ME-EPPKA2-CBHE-JP.
 - 2) Studija "Strategija unapređenja prodaje sa analizom brenda Aqua monta" EBRD, OFFICE PODGORICA BAS PROGRAM MONTENEGRO,2010. (Agreement No. GA-MNE-2011-1903).
- Profesor je na predmetu Brend menadžment, na međunarodnom projektu ERASMUS april 2018.g. Univerziteta u Varni. (Faculty of economics, University of Varna, Bulgaria, 11-15. april 2018., Erasmus+ International Credit Mobility Programme, Project Number 2016-1-BG01-KA107-023128).
 - Član Radne grupe AGRIMBA (International Network for the MBA Agribusiness and Commerce) za otvaranje MBA master studija na engleskom jeziku u Crnoj Gori.
 - Glavni organizator III Međunarodnog naučnog Kongresa „AGRIMBA AVA 2013“, Hotel Avala, Budva.

Kandidatkinja je član : Radne grupe za Pregovaračko poglavlje 3 – „Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga“, Radne grupe za izradu Strategije za cjeloživotno preduzetničko učenje 2020-2024 i Radne grupe za pripremu Strategije razvoja nacionalnog brenda Crne Gore 2020-2025. Član je Naučnog Odbora GSI Symposiuma, kao i član uredjivačkog Odbora naučnog časopisa "African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure". Član je Upravljačkog odbora Ministarstva nauke i Ministarstva obrazovanja za projekat "Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost" 2016.g., potom Komisije za izradu Zakona o nacionalnom brendu Crne Gore i Komisije za izbor idejno grafičkog rješenja vizuelnog identiteta (žiga) nacionalnog brenda Crne Gore 2016.g. Takođe član je Međunarodnog naučnog odbora Međunarodne naučne Konferencije ISNRM 2019 i organizacionog odbora naučnog

simpozijuma Zaječar 2019. godine. Takođe je uvodni govornik na GSI Symposium Montenegro, "International Symposium of business and economics", koji je održan u Podgorici 2018. godine.

Doc. dr Marija Janković je autor dva studijska udžbenika i koautor jednog udžbenika. Napisala je kao autor i koautor preko 40 naučnih članaka, od kojih su dva na renomiranoj SSCI listi. Radovi se najvećim dijelom odnose na oblast ekonomije, brend menadžmenta i marketinga.

Sagledavajući sve navedeno konstatujem da se radi o potrebnom nivou stručnog rada kandidata.

PEDAGOŠKA OSPOSOBLJENOST

Kandidatkinja je prvobitno angažovana honorarno na Fakultetu za poslovne studije Univerziteta Mediteran od 2005. godine, gdje je stalno zaposlena od 06.09.2010. godine. U zvanje docenta je izabrana 24.12.2014. godine. U međuvremenu je bila angažovana i na Fakultetu za strane jezike Univerziteta Mediteran na predmetu Poslovna etika. Na matičnom fakultetu drži predavanja na osnovnim studijama na predmetima: *Mikroekonomija, Makroekonomija, Marketing usluga, Odnosi sa javnošću i Liderstvo*, na specijalističkom nivou studija predmete *Brend menadžment i Integrisane marketinške komunikacije*, na MBA studijama *Microeconomics i Macroeconomics* i na magistarskim studijama *Medjunarodno poslovanje i marketing*. U nastavi koristi, za sve predmete, referentne inostrane udžbenike. Doc dr Marija Janković je mentor, komentor i član komisija na veoma velikom broju završnih, specijalističkih, master radova. Bila je mentor na izradi master teze kandidata Vere Filipović pod nazivom »*Brendiranje u funkciji unaprijedjenja proizvodnog portfolia*«. Takodje je aktuelni mentor za tri magistranta na Fakultetu za ekonomiju i biznis Univerziteta Mediteran. Na svim dosadašnjim evaluacijama dobijala je od studenata najviše moguće ocjene za svoj rad.

IV VERIFIKACIJA BODOVA

1. Zbirni pregled radova i bodova

R.br.	VRSTA DJELATNOSTI	BROJ RADOVA		BROJ BODOVA	
		Ukupno	U poslj. izbornom periodu	Ukupno	U poslj. izbornom periodu
1.	NAUČNO ISTRAŽIVAČKA DJELATNOST		28		60,97
2.	UMJETNIČKA DJELATNOST				
83.	PEDAGOŠKA DJELATNOST		10		48
4.	STRUČNA DJELATNOST		3		9
UKUPNO			41		117,97

IV MIŠLJENJE

Na osnovu prethodno izloženog, i detaljne analize priložene dokumentacije koja je vrednovana u skladu sa Mjerilima za izbor u akademska i naučna zvanja Univerziteta »Mediteran« je pokazano da je kandidatkinja Doc. dr Marija Janković ima odgovarajući naučno-istraživački i stručni rad, te da je stekla odgovarajuće pedagoško iskustvo, kao i iskustvo u praktičnoj nastavi, integrišući savremene metode i tehnike izvođenja nastave. Analitičkim sagledavanjem svih činjenica, smatram da kandidatkinja ispunjava predviđene uslove iz Zakona o visokom obrazovanju, u skladu sa Uslovima i kriterijumima za izbor u akademska zvanja, koja je usvojio Savjet za obrazovanje, i Upustvom za primjenu Mjerila za izbor u akademska zvanja, objavljenih na sajtu Univerziteta Mediteran i da posjeduje potrebne kvalitete u naučno-istraživačkom, pedagoško-nastavnom i stručnom pogledu.

Sa zadovoljstvom predlažem Senatu Univerziteta "Mediteran" da Doc. dr Mariju Janković izabere u akademsko zvanje vanrednog profesora za oblast Ekonomije.

U Podgorici, 11.11.2019.g

Član recenzentske komisije
Prof. dr Radislav Jovović, redovni profesor



