



Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

ИСИТ менаџмент

Стандард 09. - Наставно особље

Табела 9.1 Штавланин Б. Велимир

Име и презиме		Штавланин Б. Велимир		
Звање		Редовни професор		
Назив институције у којој наставник ради са пуним радним временом и од када		Факултет организационих наука - Београд 01.12.1999		
Ужа научна, уметничка односно стручна област		Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације		
Академска каријера	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка односно стручна област
Избор у звање	2018	Универзитет у Београду - Београд	Организационе науке	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације
Докторат	2007	Факултет организационих наука - Београд	Организационе науке	Организационе науке
Магистратура	2003	Факултет организационих наука - Београд	Организационе науке	Организационе науке
Диплома	1998	Машински факултет - Београд	Машинско инжењерство	Машинско инжењерство
Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија				
Р.	Ознака	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма, Врста студија
1.	000024	Бренд менаџмент	Предавања	МИО - Менаџмент и организација (ОАС)
2.	000039	Дигитални маркетинг	Предавања	МИО - Менаџмент и организација (ОАС)
3.	100072	Понашање потрошача	Предавања	IST - Информациони системи и технологије (ОАС) МИО - Менаџмент и организација (ОАС)
4.	IT0006	Мултимедији	Предавања	IST - Информациони системи и технологије (ОАС) МИО - Менаџмент и организација (ОАС)
5.	IT0011	Мултимедијална продукција	Предавања	IST - Информациони системи и технологије (ОАС)
6.	Z00012	Маркетинг	Предавања	МИО - Менаџмент и организација (ОАС)
7.	M19034	Дизајн интерактивних мултимедија	Аудиторне вежбе Предавања	4.0 - Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији (МАС)
8.	M19039	Маркетинг и продаја у дигиталном окружењу	Предавања	4.0 - Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији (МАС)
9.	M19TSP	Тимски стартап пројекат	Предавања Студијски истраживачки рад	4.0 - Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији (МАС)
10.	M20045	Интегрисане маркетиншке и дигиталне комуникације	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
11.	M20053	ИСИТ у маркетингу и комуникацијама	Аудиторне вежбе Предавања	205 - ИСИТ менаџмент (МАС) 211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
12.	M20083	Мултимедијална продукција специјалних догађаја	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
13.	M20096	Неуромаркетинг	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
14.	M20119	Предузетнички маркетинг и комуникације	Предавања	206 - Менаџмент људских ресурса (МАС) 211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
15.	MPM-15	Међународни маркетинг менаџмент и односи с јавношћу	Предавања Студијски истраживачки рад	MPM - Међународно пословање и менаџмент (МАС)
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)				



Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

ИСИТ менаџмент

Стандард 09. - Наставно особље

Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)					
1.	Veinović Stevanović, J., Jovanović, J., Štavljanin, V. (2019), Upotreba alata neuronauke prilikom istraživanja ponašanja potrošača i predviđanja uspeha na društvenim mrežama. Zbornik radova sa Konferencije „Izazovi savremenog marketinga 2019“. Stanković, Lj. (urednik). Srpsko udruženje za Marketing SeMA. Zlatibor, 1.-3. novembar, 2019. pp. 93-100. ISBN 978-86-7852-056-3			M63	
2.	Štavljanin, V. (2017). Doživljaj kupaca u marketingu – istorijat, koncept i upravljanje. Marketing – Časopis za marketing teoriju i praksu. 48(1), str. 3-19. ISSN 0354-3471			M51	
3.	Štavljanin V., Cvijović J., Kostić-Stanković M. (2017), Research of indirect advertising in video game industry, Industrija, Economic Institute, 45(4). pp. 113-132. ISSN 0350-0373; DOI: 10.5937/industrija45-16065			M24	
4.	Štavljanin V, Pantović V. (2017), Onlajn doživljaj kupaca - implikacije na digitalno bankarstvo, Bankarstvo, 46(2), pp.100-129. ISSN 1451-4354; doi:10.5937/bankarstvo1702100S			M51	
5.	Štavljanin, V., Minović, M. (2017). Gamification Ecosystems: Current State and Perspectives. in Open Source Solutions for Knowledge Management and Technological Ecosystems. F. Garcia-Peñalvo, A. Garcia-Holgado (Eds.). IGI Global, pp. 81-110. ISBN: 1522509054 doi:10.4018/978-1-5225-0905-9.ch004			M14	
6.	Kostić - Stanković, M., Cvijović, J., Štavljanin, V. (2017). The impact of the Internet on the tourists' travel planning process. Proceedings of 36th International Conference on Organizational Science Development: Responsible Organization, March 22-24th, Portorož, Slovenia. pp.351-360, ISBN 978-961-286-020-2			M33	
7.	Štavljanin, V., Šošević, U., Milenković, I. (2014). Gamified educational website conversion optimization. Proceedings of the TEEM'14 „Second International Conference on Technological Ecosystem for Enhancing Multiculturality“, Salamanca, Spain, October 1st - 3rd, pp. 241-246. ISBN: 978-1-4503-2896-8 doi: 10.1145/2669711.2669906			M33	
8.	Jovanovic, M., Starcevic, D., Minovic, M., & Stavljjanin, V. (2011). Motivation and Multimodal Interaction in Model-Driven Educational Game Design. IEEE Transactions On Systems, Man & Cybernetics: Part A, 41(4), pp.817-824. doi:10.1109/TSMCA.2011.2132711 (Impact Factor: 2.123)			M21	
9.	Štavljanin, V. (2008). An approach to complex relationship marketing systems development – customer experience case. Proceedings of the Academy of Marketing Annual Conference 2008 "Reflective Marketing in a Material World", Aberdeen Business School, The Robert Gordon University, Aberdeen, July 7th-8th, Scotland. ISBN 9781901085945			M33	
10.	Milutinovic, R., Stosic, B., Cudanov, M., Stavljjanin, V. (2018). A Conceptual Framework of Game-Based Ideation. International Journal of Engineering Education, 34 (6) (B), pp. 1930-1938. ISSN 0949-149X (Impact Factor: 0.611)			M23	
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника					
Укупан број цитата		95			
Укупан број радова са СЦИ (ССЦИ) листе		7			
Тренутно учешће на пројектима		Домаћи	2	Међународни	1
Усавршавања					
Други подаци које сматрате релевантним					
Одржао низ предавања по позиву на више домаћих и међународних конференција и семинара. Члан је Лабораторије за мултимедијалне комуникације Факултета организационих наука, у оквиру које је учествовао у креирању различитих техничких решења. Члан је Српске маркетинг асоцијације СеМА и Америчке маркетинг асоцијације АМА. Члан је Већа мастер студија и Већа докторских студија Факултета организационих наука.					