



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

## Стандард 09. - Наставно особље

Табела 9.1 Костић-Станковић М. Милица

Име и презиме		Костић-Станковић М. Милица		
Звање		Редовни професор		
Назив институције у којој наставник ради са пуним радним временом и од када		Факултет организационих наука - Београд 01.04.1995		
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	2013	Универзитет у Београду - Београд	Организационе науке	Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације
Докторат	2003	Факултет организационих наука - Београд	Организационе науке	Организационе науке
Магистратура	1998	Факултет организационих наука - Београд	Организационе науке	Организационе науке
Диплома	1994	Факултет организационих наука - Београд	Организационе науке	Организационе науке
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.	000020	Корпоративне комуникације	Предавања	IST - Информациони системи и технологије (ОАС) MIO - Менаџмент и организација (ОАС)
2.	000024	Бренд менаџмент	Предавања	MIO - Менаџмент и организација (ОАС)
3.	D00003	Маркетинг	Предавања	IST - Информациони системи и технологије (ОАС)
4.	I00048	Маркетинг логистика	Аудиторне вежбе Предавања	MIO - Менаџмент и организација (ОАС)
5.	I00075	Пословно преговарање и вештине комуникације	Предавања	MIO - Менаџмент и организација (ОАС)
6.	Z00012	Маркетинг	Предавања	MIO - Менаџмент и организација (ОАС)
7.	M19039	Маркетинг и продаја у дигиталном окружењу	Предавања	4.0 - Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији (МАС)
8.	M19TSP	Тимски стартап пројекат	Предавања Студијски истраживачки рад	4.0 - Напредне информационе технологије у дигиталној трансформацији (МАС)
9.	M20015	<a href="#">Аналитика у маркетингу и комуникацијама</a>	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
10.	M20021	<a href="#">Брендирање послодавца и управљање талентима</a>	Предавања	206 - Менаџмент људских ресурса (МАС) 211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
11.	M20045	<a href="#">Интегрисане маркетиншке и дигиталне комуникације</a>	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
12.	M20053	<a href="#">ИСиТ у маркетингу и комуникацијама</a>	Предавања	205 - ИСиТ менаџмент (МАС) 211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
13.	M20059	<a href="#">Корпоративна репутација и друштвена одговорност</a>	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
14.	M20161	<a href="#">Стратешки бренд менаџмент</a>	Предавања	211 - Стратешки маркетинг и комуникације (МАС)
15.	SA2015	Маркетинг и односи с јавношћу у здравству	Аудиторне вежбе ДОН Предавања	S22 - Менаџмент и организација (САС)
16.	SA2016	Маркетинг и односи с јавношћу у фармацији	Аудиторне вежбе ДОН Предавања	S22 - Менаџмент и организација (САС)



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

## Стандард 09. - Наставно особље

Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија				
Р.	Ознака	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма, Врста студија
17.	SA2055	Односи с јавношћу - стратегије и тактике	Аудиторне вежбе ДОН Предавања	S22 - Менаџмент и организација (САС)
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)				
1.		Kostić-Stanković, M., Vukmirović, V. (2018). Tendencies of contemporary marketing communication in digital environment. Proceedings of the XVI International Symposium SymOrg 2018 – Doing business in digital age: challenges, approaches and solutions, str. 553-562, Zlatibor. ISBN: 978-86-7680-295-11.		<b>M33</b>
2.		Kostić-Stanković M., Vukmirović V., Vasiljević D. (2017). Customer engagement and value co-creation in online communities as a source of competitive advantage, Proceedings of the ECIN 2017: International Economics and Management Conference, Belgrade, pp. 117-128.		<b>M33</b>
3.		Kostić-Stanković M., Cvijović J., Štavljanin V. (2017). The impact of the Internet on the tourists' travel planning process, Proceedings of the 36th International Conference on Organizational Science Development: Responsible Organization, Portorož, Slovenia, pp. 351-360, ISBN: 978-961-286-020-2.		<b>M33</b>
4.		Kostić-Stanković, M., Vukmirović, V. (2016). Brand design in function of sustainable customer communication development. Proceedings of the XV International Symposium SymOrg 2016 - Reshaping the future through sustainable business development, Zlatibor, ISBN: 978-86-7680-295-11.		<b>M33</b>
5.		Kostić-Stanković M., Vukmirović, V. (2016). Strategic brand development in function of achieving competitive advantage, Proceedings of the ECIN 2016: Economics and Management International Conference, str. 223-234, ISBN: 978-86-7329-100-0.		<b>M33</b>
6.		Kostić-Stanković M., Cvijović J. (2016). Attitudes towards indirect advertising in TV serials, Proceedings of the XV International Symposium SymOrg 2016 – Reshaping the future through sustainable business development, Zlatibor, 2016, str. 893-897, ISBN: 978-86-7680-326-2.		<b>M33</b>
7.		Kostić-Stanković M., Cvijović J., Žarkić Joksimović N, (2013), Internal Public Relations within Serbian Intellectual Diaspora, Actual Problems of Economics(SSCI), Impact Factor: 0.039, ISI Journal Citation Reports 2011, 6/2013, ISSN: 1993-6788.		<b>M23</b>
8.		Kostić-Stanković M, Makajić-Nikolić D, Martić M, (2012), The Optimization Of The Higher Education Organizations Promotion Plan, Industrija - časopis Ekonomskog instituta u Beogradu, 3/2012, Vol. 40, No. 3, str. 33-55, ISSN: 0350-0373, UDK 371.214.1:65.012.2.		<b>M24</b>
9.		Maričić M, Kostić-Stanković M, (2018), Conceptual Model for Exploring the Recall and Recognition of Embedded Advertisements of Sponsors, International of Spots Marketing and Sponsorship, Impact Factor: 0.848, (IJSMS-02=2018-0020)		<b>M22</b>
10.		Cvijović J, Kostić-Stanković M, Krstić G, Stojanović Lj, (2016), Marketing communication in the area of breast and cervical cancer prevention, Vojnosanitetski pregled, Impact Factor: 0.269, ISI Journal Citation Reports 2013, 0.269, 6(73), pp. 544-552, DOI: 10.2298/VSP141020132C, ISSN: 0042-8450.		<b>M23</b>
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника				
Укупан број цитата			12	
Укупан број радова са СЦИ (ССЦИ) листе			9	
Тренутно учешће на пројектима			Домаћи	3
			Међународни	2
Усавршавања				
Други подаци које сматрате релевантним				
оКомисија студијских програма Менаџмент, Менаџмент и организација, Менаџмент у јавном сектору и Управљање пословањем Факултета организационих наука, позиција: председник				
оКомисија националног савета за високошколско образовање (Министарства просвете и спорта Републике Србије) за акредитацију и проверу квалитета високошколских установа и јединица у њиховом саставу и вредновање студијских програма: рецензент				
оАгенција за развој високог образовања и осигурање квалитета Босне и Херцеговине, за акредитацију и проверу квалитета високошколских установа у Босни и Херцеговини и јединица у њиховом саставу и вредновање студијских програма (Вијеће министара БиХ): међународни експерт				
оЗавод за уџбенике и наставна средства: рецензент				