

НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ

Предмет: Реферат о урађеној докторској дисертацији кандидата Милана Окановића

Одлуком Наставно-научног већа Факултета организационих наука 05-01 бр. 3/18-3 од 20.01.2016. године године, именовани смо за чланове Комисије за преглед, оцену и одбрану докторске дисертације кандидата Милана Окановића под насловом

**Концепт маркетиншке оријентације у развоју
технолошких предузетничких подухвата**

После прегледа достављене Дисертације и других пратећих материјала и разговора са Кандидатом, Комисија је сачинила следећи

РЕФЕРАТ

1. УВОД

1.1. Хронологија одобравања и израде докторске дисертације

Кандидат Милан Окановић уписао је докторске студије 2009/2010. школске године на студијском програму Информациони системи и менаџмент, изборно поље Менаџмент. Током студија, положио је све програмом предвиђене испите са просечном оценом 10.0 и то:

1. Наука о менаџменту – 10 ЕСПБ,
2. Одлучивање – изабрана поглавља – 10 ЕСПБ,
3. Маркетинг и управљање односима с купцима – 10 ЕСПБ,
4. Маркетинг информациони системи – 10 ЕСПБ,
5. Мултимедијалне комуникације – 10 ЕСПБ,
6. Менаџмент људских ресурса - одабрана поглавља – 10 ЕСПБ,
7. Финансијски менаџмент - одабрана поглавља – 10 ЕСПБ,
8. Систем менаџмента животном средином – 10 ЕСПБ и
9. Менаџерски стрес – 10 ЕСПБ.

Кандидат је одбранио приступни рад под називом „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ и остварио 30 ЕСПБ бодова, што заједно са претходно излистаним предметима чини суму од 120 ЕСПБ бодова.

Кандидат је одбранио приступни рад на докторским студијама 01.09.2015 године. Одлуку о пријављеној теми докторске дисертације усвојило је Наставно-научно веће ФОН-а 18.11.2015. године одлуком 05-01 бр. 3/147-3. Сагласност Већа техничких наука Универзитета у Београду је добијена 19.10.2015. године одлуком бр. 61206-4348/2-15лд. Ментор је известио да је кандидат завршио докторску дисертацију, а одлуком Научно-наставног већа Факултета

организационих наука од 05-01 бр. 3/18-3 од 20.01.2016. године, именована је Комисија за оцену завршене докторске дисертације.

1.2. Научна област дисертације

Докторска дисертација „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ припада научној области техничких наука – организационе науке, ужој научној области Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

У оквиру дисертације развија се свеобухватни модел маркетиншке оријентације којим се утиче на процес развоја технолошких предузетничких подухвата. Овај модел разматра утицај компонената маркетиншке и предузетничке оријентације као и компоненте непосредног и ширег окружења у контексту утицаја на дефинисан успех процеса развоја технолошких предузетничких подухвата. Резултати су засновани на примарним подацима добијеним емпиријским истраживањем.

Ментор дисертације је др Велимир Штављанин, ванредни професор Факултета организационих наука, члан је Катедре за Маркетинг менаџмент и односе с јавношћу. Др Велимир Штављанин је магистрирао у области развоја нових производа, а докторирао у области управљања доживљајем потрошача. Др Велимир Штављанин ангажован је на предметима Маркетинг, Стратешки маркетинг, Понашање потрошача, Управљање производом и робном марком, Мултимедији, Мултимедијалне комуникације, Бренд менаџмент, Маркетинг модели, Управљање услугама и релациони маркетинг и Маркетинг и односи с јавношћу – стратешки приступ на основним академским, мастер и докторским студијама. Као члан Лабораторије за мултимедијалне комуникације учествовао је у великом броју пројеката у области мултимедија и информационих технологија.

Др Велимир Штављанин је до сада објавио преко 100 библиографских јединица. Списак радова који га квалификују за вођење дисертације (категорије М21-23) обухватају:

- Филиповић, В., Цицварић, С., **Штављанин, В.**, Дамњановић, В., Радојичић, З., Жаркић Јоксимовић, Н., Гогих, А. (2010). “Influence of healthcare institution managers’ proactive approach to communication activities on patient satisfaction”, Војносанитетски преглед, 67 (4), стр. 267-271. ISSN 0042-8450 doi:10.2298/VSP1004267F (*Impact factor* 0.199) *SCIE*
- Јовановић, М., Старчевић, Д., Миновић М., **Штављанин, В.** (2011). „Motivation and Multimodal Interaction in Model-Driven Educational Game Design“, *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part A*, 41(4), стр. 817-824. ISSN: 1083-4427 doi: 10.1109/TSMCA.2011.2132711 (*Impact Factor: 2.123*) *SCI*
- Миловановић, М., Миновић, М., **Штављанин, В.**, Савковић, М., Старчевић, Д. (2012). „Wiki as a corporate learning tool: case study for software development company“, *Behaviour & Information Technology*, 31(8), стр. 767-777. ISSN 0144-929X doi:10.1080/0144929X.2011.642894 (*Impact Factor: 0.856*) *SCI*
- Савковић, М., **Штављанин, В.**, Миновић, М. (2013). „HCI Aspects of Social Media in Collaboration of Software Developers“, *International Journal of Engineering Education*, 29(3), стр. 644–649. ISSN 0949-149X (*Impact Factor: 0.360*) *SCIE*
- Миновић, М., Миловановић, М., **Штављанин, В.** Драшковић, Б., Лазих, Ђ. (2014). „Semantic technologies on the mission: Preventing corruption in public procurement“, *Computers in Industry*, 65(5), стр. 878-890, ISSN 0166-3615, DOI: 10.1016/j.compind.2014.02.003 (*Impact Factor: 1.457*) *SCI*

1.3. Биографски подаци о кандидату

Кандидат Милан Окановић, рођен је 3. октобра 1983. године у Београду, где је завршио основну школу и гимназију. Студије на Факултету организационих наука Универзитета у Београду уписао је 2002. а дипломирао је 2007. године. Образовање је наставио исте године на дипломским академским мастер студијама, на студијском програму Менаџмент и остварио је просечну оцену 9.43. Мастер рад под називом „Утицај стејкхолдера на корпоративни бренд” је одбранио 2009. године. Исте године је уписао докторске студије на Факултету организационих наука, изборно подручје Менаџмент. На докторским студијама је положио све испите предвиђених планом докторских студија са просечном оценом 10.0 и одбранио приступни рад.

Од 2007. године запослен је на Факултету организационих наука, као сарадник у настави, а од 2009. године као асистент за ужу научну област Маркетинг, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Учествује у извођењу вежби на предметима на основним академским студијама: Маркетинг, Односи с јавношћу, Стратешки маркетинг и изборним предметима у оквиру уже научне области (између осталих: Маркетинг истраживање, Односи с медијима и др.). На мастер студијама изводи наставу на предметима Бренд менаџмент, Примењена маркетинг истраживања, Маркетинг менаџмент - холистички приступ, Медијске комуникације, Односи с јавношћу и др. Наставу из области Маркетинга држао је и студентима Војне академије у Београду. Био је предавач на програму преквалификације вишка војног кадра PRISMA - „Program for Resettlement In Serbia and Montenegro Army”. Укључен је у извођење наставе на међународним мастер студијама Менаџмент у управи које изводе Универзитет у Београду, Факултет организационих наука и Универзитет у Љубљани, Факултет за управу.

2. ОПИС ДИСЕРТАЦИЈЕ

2.1. Садржај дисертације

Наслов дисертације је „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“. Дисертација је написана на 222 стране, има 58 табела, 27 слика и 299 литературних навода.

Дисертација има 8 поглавља:

1. Уводна разматрања
 2. Основна теоријска полазишта
 3. Фактори успеха предузетничког подухвата
 4. Теоријски истраживачки модел
 5. Методологија
 6. Резултати истраживања
 7. Дискусија резултата истраживања
 8. Закључна разматрања
- Литература
Прилог - упитник

2.2. Кратак приказ појединачних поглавља

У наставку је дат приказ дисертације кандидата Окановић Милана по поглављима:

У првом поглављу дефинисан је проблем, предмет и циљ докторске дисертације. Сем тога, сажето је описан значај истраживања области технолошког предузетништва и развоја технолошких предузетничких подухвата. Такође, истакнут је значај истраживања пословне оријентације у овој области.

У другом поглављу докторске дисертације разматрана су основна теоријска полазишта и презентована теоријска упоришта на којима је заснована докторска дисертација. Конкретније, у овом делу објашњени су основни теоријски концепти предузетништва са бројним дефиницијама и описима појма предузетништва, предузетничког подухвата и предузетничког екосистема. Потом су профилисани принципи и начела технолошког предузетништва и технолошких предузетничких подухвата. Посебан акценат је стављен на почетну, „стартап“, фазу развоја технолошких предузетничких подухвата. Аспект личних карактеристика предузетника такође је истражен у овом делу. На крају овог поглавља истражена је веза области маркетинга и предузетништва и представљени су значај и улога маркетинга у технолошком предузетништву и развоју технолошких предузетничких подухвата.

Даље у овом поглављу објашњени су основни концепти маркетиншке оријентације као и начини њиховог мерења. У овом делу докторске дисертације дефинисана је и предузетничка оријентација као и димензије предузетничке оријентације. У последњем делу који се односи на основна теоријска полазишта, објашњена је улога најважнијих стејкхолдера и њихов утицај током развоја технолошких предузетничких подухвата. Улога стејкхолдера је посебно истражена са аспекта организација за подршку развоју технолошких стартапа, као и са аспекта критеријума за приступање програму развоја.

У трећем делу докторске дисертације презентоване су кључне детерминанте успеха технолошких предузетничких подухвата. Осим тога, посебан акценат ће бити на актуелној дебати о томе шта су кључни индикатори успеха ране фазе развоја ових подухвата. У овом делу биће детаљно приказани савремени модели успеха технолошких предузетничких подухвата.

У четвртом делу докторске дисертације предложен је свеобухватни истраживачки модел утицаја маркетиншке оријентације на успех развоја технолошких стартапа. Модел је верификован кроз емпиријско истраживање које је саставни део докторске дисертације.

У петом делу докторске дисертације представљена је методологија истраживања које је спроведено у циљу тестирања теоријског модела дефинисаног у претходном поглављу. Методологија укључује и операционализацију свих мера које су коришћене у истраживању.

У шестом и седмом поглављу детаљно су представљени резултати истраживања као и дискусија самих резултата. У овом поглављу је представљен и завршни истраживачки модел. На крају, у осмом поглављу презентовани су закључци дисертације, доприноси и ограничења студије.

3. ОЦЕНА ДИСЕРТАЦИЈЕ

3.1. Савременост и оригиналност

На савременост теме истраживања докторске дисертације „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ указују теме многобројних радова објављених на научним конференцијама и у часописима, као и резултати истраживања публиковани у научним и стручним часописима. Према бројним ауторима, предузетништво је носилац економског и друштвеног развоја, посебно у области технологије, где је уочен убрзан развој нових компанија, идеја и производа. Такође, резултати истраживања показују и пораст капитала који се улаже у нове технолошке предузетничке подухвате. Постоје мишљења да су нове, технолошки засноване фирме, најбитнији носиоци иновација, економског раста и развоја. Такође се истиче да ће технолошки предузетници водити глобалну економију и мењати индустријске гране које нису еволуирале довољно брзо да би задовољили промене на тржишту.

Предузетништво је динамичан, циљно оријентисан процес где појединац комбинује креативно размишљање ради идентификовања потреба на тржишту и нових тржишних шанси којима може да управља, обезбеђује ресурсе и прилагођава их окружењу да би достигао одређене резултате, прихватајући одређени ризик за предузетнички подухват. Иако се могу наћи тумачења која виде технологију као један од основних покретача развоја технолошких предузетничких подухвата, она се не може сматрати јединим предусловом за успех, нити јединим разлогом неуспех предузетничког подухвата. Велики број предузетника који развијају технолошке стартапе, имају велико технолошко предзнање на којима заснивају свој предузетнички подухват, па услед фокуса на технологију и развој производа, мање пажње обраћају на маркетинг оријентацију и маркетинг активности. Стога се разлог неуспеха оваквих подухвата најчешће налази у бизнис факторима. Оквири бизнис оријентације дефинисани су и маркетиншком и предузетничком оријентацијом, што је основни фокус у овој докторској дисертацији.

Оригиналност дисертације потврђује сам теоријски модел и начин на који је модел тестиран. Модел је заснован на принципима предузетничког маркетинга и маркетиншке оријентације у процесу развоја технолошких стартапа. Такође, истражен је и утицај непосредног окружења кроз ниво конкурентности и менторства на успех развоја технолошког предузетничког подухвата. Модел је креиран и тестиран емпиријски у две фазе. Прва фаза подразумевала је истраживање специфичне циљне јавности, односно ментора, инвеститора, менаџера инвестиционих фондова и успешних предузетника, чије је знање и искуство било коришћено за детаљније структурирање модела који је у другој фази био тестиран. Друга фаза је подразумевала емпиријско истраживање спроведено на узорку од 73 покретача технолошких стартапа. На крају, модел је евалуиран подацима прикупљеним у истраживању. Ово је пионирски подухват у креирању конструкта утицаја пословне оријентације на развој технолошких стартапа, не само у Србији, већ и глобално.

3.2. Осврт на референтну и коришћену литературу

Кандидат је у току израде докторске дисертације на тему „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ користио 299 референтних јединица. Референтна литература се у највећој мери односи на међународне часописе, монографије и књиге. С обзиром на савременост тематике која је обрађивана током израде докторске дисертације, велики број навођених референци је из последњих осам година.

У дисертацији је највећи број коришћених референци из страних извора, и то у највећој мери на енглеском језику. Стога се може рећи да је кандидат у дисертацији користио изворе који су савремени и релевантни за изучавану област.

Комплетан списак литературе коришћен за израду дисертације дат је у деветом поглављу, а у наставку су наведене референце од изузетног значаја за израду и садржај ове докторске дисертације:

- Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. *Harvard Business Review*, 91(5), 63-72.
- Chorev, S., & Anderson, A. R. (2006). Marketing in high-tech start-ups: Overcoming the liability of newness in Israel. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(2), 281-297
- Cohen, S. (2013). What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels. *Innovations*, 8(3-4), 19-25.
- Crowne, M. (2002). Why software product startups fail and what to do about it. Evolution of software product development in startup companies. *Engineering Management Conference, 2002. IEMC'02. 2002 IEEE International* (Vol. 1, pp. 338-343). IEEE.
- Duening, T. N., Hisrich, R. A., & Lechter, M. A. (2009). *Technology entrepreneurship: creating, capturing, and protecting value*. Academic Press.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business venturing*, 5(1), 15-28.
- Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111-121.
- Hills, G. E., Hultman, C. M., & Miles, M. P. (2008). The evolution and development of entrepreneurial marketing. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 99-112.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *The Journal of Marketing*, 1-18.
- Котлер, П., & Келлер, К. Л. (2006). *Маркетинг менаџмент*. 12 издање. Београд: *Датум статус*.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Mohr, J. J., Sengupta, S., & Slater, S. F. (2009). *Marketing of high-technology products and innovations*. Pearson Prentice Hall.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *The Journal of Marketing*, 20-35.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 4). Burr Ridge, IL: Irwin.

3.3. Опис и адекватност примењених научних метода

Кандидат је у току израде ове докторске дисертације користио већи број научних метода које су му омогућиле да истражи досадашњи проблем развоја технолошких предузетничких подухвата, креира свеобухватни истраживачки модел утицаја маркетиншке оријентације на успех процеса развоја, као и да верификује креирани модел.

Рад на дисертацији отпочет је применом методе анализе, кроз истраживање досадашње литературе из области технолошког предузетништва, развоја технолошких предузетничких подухвата, као и предузетничког маркетинга и маркетиншке оријентације.

Компаративни метод коришћен је код поређења предузетничког екосистема у Србији и у земљама окружења, чиме су идентификовани фактори окружења чији је утицај испитиван у емпиријском истраживању.

У циљу детаљнијег објашњења појма успеха развоја технолошких предузетничких подухвата, коришћен је метод интервјуа и квалитативне анализе одговора. Резултати овог истраживања коришћени су за спровођење квантитативног истраживања покретача технолошких предузетничких подухвата у Србији.

Приликом спровођења квантитативног истраживања кандидат је користио статистичке методе за анализу и обраду квантитативних података (коришћење статистичког софтвера *IBM SPSS Statistic 20.0* за дескриптивну статистику, анализу интерне конзистентности података, анализу међузависности - корелација, једнострука и вишеструка регресија, анализа за редуковање димензија података – факторска анализа)

За извођење закључака истраживања коришћен је метод синтезе. Како би се објаснио утицај маркетинга на развој технолошких предузетничких подухвата, коришћен је метод дедукције.

На основу уочених проблема дефинисане су хипотезе истраживања и конципиран методолошки поступак доказивања постављених хипотеза. За доказивање хипотеза кандидат је спровео емпиријско истраживање на узорку од 73 покретача технолошких стартапа у Србији.

Анализом примењених научних метода у докторској дисертацији може се закључити да оне у потпуности одговарају теми и циљевима дисертације, као и спроведеном истраживању којим се тестирао предложени истраживачки модел.

3.4. Применљивост остварених резултата

Резултатима до којих је кандидат својим истраживањем дошао, могу се:

- Креирати метрика за процену успеха развоја технолошких предузетничких подухвата, што је било недовољно добро и поуздано обрађено у досадашњим научним и стручним публикацијама,
- Јасно дефинисати принципи, методе, процедуре, технике и инструменти за одређивање битних фактора успеха развоја технолошких предузетничких подухвата,
- Унапредити процес одлучивања у раним фазама развоја технолошких идеја и производа,
- Идентификовати улога купаца у процесу верификовања тржишних шанси за развој нових технолошких производа,

- Унапредити општи амбијент, окужење и конкурентност, који утичу на вероватноћу успеха развоја нових технолошки-заснованих фирми,
- Дефинисати фокус предузетника у зависности од његових личних карактеристика.

За резултате ове дисертације постоји велико интересовање праксе, односно кључних стејкхолдера из области технолошког предузетништва. Резултати су посебно занимљиви организацијама за подршку развоју технолошких стартапа, менторима, предузетницима, као и институционалним и индивидуалним инвеститорима.

3.5. Оцена достигнутих способности кандидата за самостални научни рад

Током израде докторске дисертације, кандидат Милан Окановић је показао способност да самостално обавља научни рад и решава научне проблеме. Кандидат поседује потребна теоријска и практична знања за самосталан рад што је, осим дисертацијом, доказао квалитетом и квантитетом својих научних публикација, као и другим облицима ангажовања.

Свеобухватним и систематизованим прегледом литературе из области технолошког предузетништва и утицаја маркетинга, кандидат је показао способност за самостално креирање и спровођење научних истраживања. Креирани модел прати ток научне мисли, у смислу аргументације постављања хипотеза и аргументације њиховог доказивања кроз емпиријско истраживање, презентацију резултата и дискусију истих.

На основу тога, Комисија сматра да кандидат Милан Окановић поседује потребно знање, вештине и искуство за самосталан научно-истраживачки рад.

4. ОСТВАРЕНИ НАУЧНИ ДОПРИНОС

4.1. Приказ остварених научних доприноса

Доприноси истраживања спроведеног у овој докторској дисертацији могу се поделити на научне и стручне доприносе. Научни доприноси огледају се у:

- прегледу доступне академске литературе и синтези досадашњих научних и стручних знања у области технолошког предузетништва, предузетничког маркетинга, маркетиншке и предузетничке оријентације и улози стејкхолдера у развоју технолошких стартапа;
- идентификовању улоге и утицаја пословне оријентације на развој стартапа,
- дефинисаном новом теоријском конструкту успеха развоја технолошких стартапа и развоју новог начина мерења нивоа успеха,
- развоју новог свеобухватног модела утицаја маркетинга на успех технолошких стартапа;
- дефинисаном новом начину мерења учинка ментора у развоју технолошких стартапа,
- већој заступљености области маркетинга у технолошком предузетништву кроз већ публиковане научне радове који су проистекли из докторске дисертације.

Стручни доприноси докторске дисертације огледају се у:

- примени резултата истраживања на процес развоја технолошких стартапа, идентификовањем основе за креирање вредности предузетничке понуде,

- хронолошкој систематизацији циљева у процесу развоја технолошких предузетничких подухвата,
- креирању инструмената за мерење утицаја компонената маркетиншке и предузетничке оријентације на успех развоја технолошких стартапа, што је у дисертацији и проверено на узорку технолошких предузетничких подухвата у Србији
- идентификовању нивоа утицаја окружења (конкурентност и менторство) на успех развоја технолошких предузетничких подухвата у пословној пракси;
- креирању основе за развој личних карактеристика особина појединаца који покрећу стартапе.
- примени модела у пословној пракси у циљу унапређења процеса развоја технолошких стартапа,
- доприносу домаћој стручној литератури која у овој области није у довољној мери развијена.

Друштвени доприноси докторске дисертације огледају се у:

- идентификовању улоге бизнис оријентације у пословној одрживости, смањењу неуспеха и подстицају развоја и раста технолошких предузетничких подухвата, чиме се директно подстиче покретање нових, и развој конкурентне привреде унапређењем развоја постојећих предузетничких подухвата,
- додатној промоцији технолошког предузетништва и предузетничког начина размишљања.

4.2. Критичка анализа резултата истраживања

Сагледавањем постављених хипотеза, циљева истраживања и остварених резултата, констатујемо да је кандидат успешно одговорио на сва релевантна питања за решавање проблема дефинисаног предметом истраживања. Теоријски модел је постављен на основу обимног прегледа савремене литературе и примера најбоље праксе у области предузетничког маркетинга, пословне оријентације и развоја технолошких предузетничких подухвата. *Постављени модел је доказао утицај маркетинга на успех развоја технолошких предузетничких подухвата, који је осим конструкта маркетиншке и предузетничке оријентације доказао и утицај нивоа конкурентности окружења, менторстава, фактора макроокружења, као и личних карактеристика предузетника на успех развоја технолошких предузетничких подухвата.

На основу емиријске студије која је обухватила квалитативно истраживање стручне јавности из области технолошког предузетништва, кандидат је утврдио и систематизовао циљеве развоја и дефинисао успех развоја технолошких предузетничких подухвата. На основу квантитативне студије доказано је да маркетинг има значајну улогу у технолошком предузетништву и потврђен је почетни истраживачки модел.

4.3. Верификација научних доприноса

Из дисертације кандидата Милана Окановића су проистекли следећи радови (категоризација извршена према препорукама Министарства надлежног за науку):

Радови објављени у научним часописима међународног значаја (M20)

- Цицварић Костић, С., **Окановић, М.**, Милосављевић, М., Вукмировић Ј. (2013). Antecedents of Citizens' Satisfaction with Local Administration in Serbia, *TRAS Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 40E, 22-34, ISSN 1842-2845, IF(2012)=0.38, SSCI
- **Окановић М.**, Милосављевић М., Цицварић Костић С., Властелица Бакић Т. (2013). „Drivers of unpleasant experiences in virtual social network context“, *TTEM – Technics Technologies Education Management*, 8(4) 11/12, IF(2010): 0.256, SCIE

Саопштења штампана у зборницима радова са међународних научних скупова

(M30)

- **Окановић М.**, Анђелковић Ј., Стефановић Т., „Supporting development of technological startups through mentoring“, *XIV International Symposium Symorg 2016 “Reshaping the Future through Sustainable Business Development and Entrepreneurship”*, Златибор, Србија, 10-13 јун 2016. (рад прихваћен за објављивање, потврда у прилогу Реферата)
- **Окановић М.**, Стефановић Т., Сужњевић М., „New media in internal communication“ *XIII International Symposium Symorg 2014 “New Business Models and Sustainable Development”*, Златибор, Србија, 6-10. јун 2014. (ЦД издање) ISBN: 978-86-7680-295-1, стр. 258-265. (M33=1)
- Жаркић Јоксимовић Н., Милосављевић М., **Окановић М.**, „Graduates and Entrepreneurship: The Role of University Business Incubators in Serbia“, *La Universidad por el Desarrollo Sostenible, 8vo Congreso Internacional de Educación Superior, de La Habana, Cuba, 2012*, ISBN: 978-959-1614-34-6, pp. 1855-1864.

Саопштењесамеђународногскупаштампаноуизводу (M34)

- Милановић, Н., Филиповић, В., Цицварић Костић, С., Властелица Бакић, Т., Окановић, М., Јешић, М. (2014). „The Key Determinants of Efficient University - Business Collaboration“, *IFSAM International Federation of Scholarly Associations of Management, World Congress in Tokyo: "Management in Crisis"*, 2-4. септембар 2014, Токио, Јапан, 72.

Радови објављени у научним часописима националног значаја (M50)

- Дамњановић В., Матовић В., Цицварић Костић С., **Окановић М.** (2013). „Улога друштвене мреже LinkedIn у изградњи личног имица појединца“, *Management - часопис за теорију и праксу менаџмента*, 2012, бр. 65, стр. 15-24.

- Цицварић Костић С., **Окановић М.**, Филиповић, В. Дамњановић, В, Вукмировић Ј. (2011). „Employees’ and Citizens’ Perception of Marketing Communications in Serbian Municipalities“, *International Journal of Marketing Principles and Practices*, 1(1): ISSN: 1927-1689, стр. 1-9.
- Дамњановић В., **Окановић М.** (2011). “Менаџмент односа с купцима у продаји: Ставови менаџера компанија у Србији“, *Инфо М*, Vol. 37, ISBN: 1451-4397, стр. 4-8.

Саопштења штампана у зборницима радова са скупова националног значаја (М60)

- **Окановић М.**, Цицварић С., Властелица Бакић Т., „Улога купаца у развоју технолошких предузетничких подухвата“ *X Скуп привредника и научника, СПИН’15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“*, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 542-548 (М63 = 1)
- Стефановић Т., **Окановић М.**, Дамњановић В. „Појам и карактеристике технолошког предузетништва“, *X Скуп привредника и научника, СПИН’15 „Иновативна решења операционог менаџмента за ревитализацију привреде Србије“*, Зборник радова 10. скупа привредника и научника, ISBN 978-86-7680-320-0, стр. 195-202 (М63 = 1)
- Властелица Бакић Т., Цицварић Костић С., **Окановић М.** „Значај управљања знањем у релационом маркетингу“, *XVI Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента „У сусрет економији знања – управљање пројектима знања“* 18-20. мај 2012, Златибор, Србија, ISBN 978-86-86385-09-3, стр. 449-453. (М63 = 1)
- **Окановић М.**, Цицварић С., Милосављевић М. „Лични имиџ у контексту социјалних мрежа“, *XII Интернационални симпозијум SymOrg 2010*, Златибор, 9-12. јун 2010. (ИД издање) ISBN 978-86-7680-216-6

5. ЗАКЉУЧАК И ПРЕДЛОГ

На основу прегледа докторске дисертације „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ кандидата Милана Окановића, Комисија за оцену и одбрану докторске дисертације констатује да је докторска дисертација написана према свим стандардима научно-истраживачког рада. Такође, дисертација испуњава све услове прописане Законом о високом образовању, стандардима, правилницима и Статутом Факултета организационих наука и Универзитета у Београду. На основу актуелности теме докторске дисертације, резултата и закључака приказаних у њој, Комисија констатује да је кандидат Милан Окановић успешно завршио докторску дисертацију у складу са предвиђеним предметом и постављеним циљевима истраживања.

Кандидат је обавио истраживање и дошао до оригиналних научних закључака. Део тих закључака је валидиран кандидатовим публикацијама научним радовима. Посебно треба истаћи савременост теме и оригиналност научних доприноса докторске дисертације „Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата“ који проширују фонд научног знања у области Техничко-технолошких наука, а посебно уже научне области Маркетинг менаџмент, односи с јавношћу и мултимедијалне комуникације.

Парцијалне методе, приступи и поступци су валидирани и кроз објављене радове кандидата. С обзиром на научну актуелност дисертације, оригиналност приказаних резултата и методолошку и тематску адекватност дисертације ова дисертација задовољава највише критеријуме и квалификује кандидата Милана Окановића за научно-истраживачки рад.

Узимајући у обзир све претходно наведено, Комисија предлаже Наставно-научном већу Факултета организационих наука да се докторска дисертација „**Концепт маркетиншке оријентације у развоју технолошких предузетничких подухвата**“, кандидата **Милана Окановића**, прихвати, изложи на увид јавности и потом упути на усвајање Већу научних области техничко-технолошких наука Универзитета у Београду на коначно одобравање.

У Београду, 27.05.2016. године

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:

Проф. др Велимир Штављанин,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, ванредни професор

Чланови комисије:

Проф. др Винка Филиповић,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, редовни професор

Проф. др Маја Леви Јакшић,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, редовни професор

Проф. др Славица Цицварић Костић,
Универзитет у Београду, Факултет организационих наука, ванредни професор

Проф. др Саша Вељковић,
Универзитет у Београду, Економски факултет, редовни професор