УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ **ОБРАЗАЦ - 2**
НАЗИВ ФАКУЛТЕТА

ОБРАЗАЦ ЗА ПИСАЊЕ ИЗВЕШТАЈА О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА НА КОНКУРС ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ САРАДНИКА УНИВЕРЗИТЕТА
-обавезна садржина-

I	ПОДАЦИ О КОНКУРСУ, КОМИСИЈИ И КАНДИДАТИМА
1.	Одлука о расписивању конкурса, орган и датум доношења **Декан Факултета техничких наука у Новом Саду, 28.11.2018**.
2.	Датум и место објављивања конкурса **Лист „Послови“, бр. 806, 05.12.2018. године**
3.	Број сарадника са назнаком звања (асистент приправник, асистент) и назив уже научне области **Један асистент са докторатом за ужу научну област Производни и услужни системи, организација и менаџмент**
4.	Састав комисије са назнаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен: **др Славка Николић**, редовни професор, УНО: Индустријски маркетинг, предузетништво и иновације, 16.05.2017., Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука – ПРЕДСЕДНИК **др Данијела Лалић**, ванр. професор, УНО: Људски ресурси и комуникације, 21.10.2015., Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука – ЧЛАН **др Сандра Дедијер**, ванр. професор, УНО: Графичко инжењерство, 25.02.2018., Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука – ЧЛАН
5.	Пријављени кандидати: Др Јелена (Станковић) Спајић
II.	**БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ О КАНДИДАТИМА**
1.	Име, име једног родитеља и презиме: Јелена, Милорад (Станковић), Спајић
2.	Звање: Доктор наука – индустријско инжењерство/инжењерски менаџмент
3.	Датум и место рођења: 25.01.1987.
4.	Садашње запослење, професионални статус, установа или предузеће: Асистент-мастер, Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука, Департман за индустријско инжењерство и менаџмент

5. Година уписа и завршетка основних студија:
   2005-2009. године

6. Студијска група, факултет и универзитет:
   Студијска група Маркетинг, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду

7. Успех у студијама:
   8.89

8. Оцене из наставних предмета релевантних за избор:
   Принципи маркетинга – 10, Понашање потрошача – 10, Принципи менаџмента – 9, Маркетинг истраживање – 10, Организационо понашање – 10, Маркетинг комуникације – 10

9. Наслов и оцена дипломског рада или дипломског испита:
   „Дифузија новог производа“, оцена 10

10. Студијска група, факултет, универзитет и успех на специјалистичким, односно магистарским студијама:
    Мастер студије: Студијска група Маркетинг, Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду, успех у студијама 9,43

11. Година уписа и завршетка специјалистичких, односно магистарских студија:
    Мастер студије: 2009-2011. године

12. Наслов специјалистичког рада, односно магистарске тезе:
    Мастер рад: „Утицај стратегија животног циклуса производа на развојну политику предузећа“, оцена 10

13. Место и трајање специјализација и студијских боравака у иностранству:
    - Висока техничка школа у Бечу, Аустрија (*FH Technikum Wien, University of Applied Sciences*) септембар 2013. године – једномесечна размена на докторским студијама, програм CEEPUS
    - Универзитет за технологију и економију, Будимпешта, Мађарска (*Budapest University of Technology and Economics, Department of Management and Business Economics*), 15.02.-15.05.2017. – семестрална размена на докторским студијама, програм ERASMUS+

14. Знање светских језика - наводи: чита, пише, говори, са оценом одлично, врлодобро, добро,задовољавајуће
    Енглески језик – чита, пише, говори са оценом одлично

15. Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација):
    Индустријско инжењерство и менаџмент; Производни и услужни системи, организација и менаџмент; Индустријски маректинг, предузетништво и иновације

III. КРЕТАЊЕ У ПРОФЕСИОНАЛНОМ РАДУ

1 Установа, факултет, универзитет или фирма, трајање запослења и звање (навести сва):
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 01.05.2012.-22.01.2013. сарадник у настави
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 22.01.2013.-22.01.2016. асистент-мастер
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 22.01.2016.-21.01.2019. асистент-мастер

IV. ЧЛАНСТВО У СТРУЧНИМ И НАУЧНИМ АСОЦИЈАЦИЈАМА

Члан Менсе од 2013. године

V. НАСТАВНИ РАД:

а) Претходни наставни рад (пре избора у звање асистента):

1. Педагошко искуство пре избора у звање асистента:
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 01.05.2012.-22.01.2013. сарадник у настави
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 22.01.2013.-22.01.2016. асистент-мастер
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука; 22.01.2016.-21.01.2019. асистент-мастер

2. Ангажаваност у одржавању вежби и семинара (на ком предмету, факултету, универзитету):
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука, Департман за индустријско инжењерство и менаџмент:
   - Индустријски маркетинг
   - Пословно комуницирање
   - Модели понашања индустријских купаца
   - Индустријски бренд менаџмент
   - Стратешки индустријски маркетинг менаџмент
   - Индустријски еко-маркетинг
   - Маркетинг догађаја

   Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука, Департман за графичко инжењерство и дизајн:
   - Маркетинг и предузетништво

3. Број часова недељно (вежби и семинара):
29 часова у зимском и 10 часова у летњем семестру – оптерећење 1,41

б) Садашњи наставни рад (за реизбор у звање асистента):

1. Реизборност у звање асистента (од.до, број):
Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука, 22.01.2016.-21.01.2019 – реизбор у звање асистент-мастер

2. Одржавање наставе под менторством (обим ангажовања у часовима / семестру, на

предмету, са фондом часова):

3. Назив предмета, година студија и број часова практичне и семинарске наставе на основним, специјалистичким и магистарским студијама:

4. Увођење нових области, наставних предмета и метода у наставном процесу:

5. Руковођење – менторство у раду са студентима (семинарски, стручни радови и сл.):

в) Награде и признања универзитета, педагошких и научних асоцијација:
Награда за најбоље оцењеног сарадника у настави на Факултету техничких наука у Новом Саду за 2016. годину

г) Дидактичка средства (приручници, скрипте и сл. Наслов, аутор, година издања, издавач):
Факултетски уџбеник: Бренд менаџмент: савремена а(тра)кција, Николић, С., **Станковић, J.,** & Дејановић, А. (2015) Нови Сад, Србија: Факултет техничких наука, ГРИД, ISBN: 978-86-7892-775-1

д) Мишљење студената о педагошком раду сарадника ако је формирано у складу са општим актом факултета
Просечна оцена од стране студената, за период 2013/14, 2014/15, 2015/16, 2016/17, 2017/18 је 9.92 на 29 предмета.

ђ) Остало

1. Научне књиге (оригинални наслов, аутори, година издања и издавач):
   - Бренд менаџмент: савремена а(тра)кција, Николић, С., **Станковић, J.,** & Дејановић, А. (2015) Нови Сад, Србија: Факултет техничких наука, ГРИД, ISBN: 978-86-7892-775-1

2. Монографије, посебна поглавља у научним књигама (наслов, аутори, година издања и издавач):
   - Nikolić, S., Tumbas, P., Kostreš, M., & **Stanković, J.** (2013). The New Marketing Management Approach: The Glocal Prosumer. U Bulinger, H.-J. & Spath, D. *Chapter VI in Engineering Management - Challenges for the Future.* Faculty of Technical Sciences (Novi Sad, Serbia), Fraunhofer IAO (Stuttgart, Germany) and DAAAM International (Vienna, Austria). str. 103-126. ISBN 978-3-902734-01-3 (M14)

3. Референце међународног нивоа (публикације у међународним часописима, међународне изложбе и уметнички наступи):
   - Živković, Z., Nikolić, S., Doroslovački, R., Lalić, B., **Stanković, J**., Živković, T. (2015). Fostering creativity by a specially designed Doris tool, Thinking Skills and Creativity, Vol. 17, 132-148, ISSN 1871-1871 (M21)
   - Nikolić, S., Gradojević, N., Đaković, V., Mladenović, V., & **Stanković, J.** (2017). The Marketing-Entrepreneurship Paradox: A Frequency-Domain Analysis, E And M Ekonomie A Management, Vol. 20, No. 3, 207-218, ISSN 1212-3609 (M22)
   - Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2015). Integral model of strategic

management: Identification of Potential Synergies. Acta Polytechnica Hungarica, Vol. 12, No. 8, str. 115-133. ISSN: 1785-8860 (M23)

- Nikolić, S., Kiss, F., Mladenović, V., Bukurov, M., & **Stanković, J.** (2015). Corn-based polylactide vs PET bottles - Cradle-to-gate LCA and implications. Materiale Plastice, Vol. 52, No. 4, str. 517-521, ISSN: 0025-5289 (M23)
- Nikolić, S., Bukurov, M., Erić, D., & **Stanković, J.** (2016). Mergers and Acquisitions in the reflection of soap bubbles. Tehnički Vjesnik = Technical Gazzette, Vol. 23, No. 6, ISSN: 1330-3651, UDK: 10.17559/TV-20150605083707 (M23)

4. Референце националног нивоа у другим државама (публикације у страним националним часописима, самосталне или колективне изложбе, уметнички или спортски наступи на билатералном нивоу):
   - Nikolić, S., **Stanković, J.**, & Ćelić, Đ. (2013). Down-And-Out and (Contemporary) Development Ambivalence, Economics & Economy, Vol.1, No.2. str. 155-162. ISSN: 2336-9213 (M53)
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Miladinović, S. (2013). Co-creation challenges of modern marketing. Acta Technica Corviniensis, str. 85-89. ISSN: 2067-3809 (M53)
   - Nikolić, S., Vrgović, P., **Stanković, J.,** & Šafranj, J. (2015). Students' Emotional State and Educational Efficiency: Temptations of Modern Education, The New Educational Review, Vol. 39, No. 1, str. 153-164. ISSN: 1732-6729 (M53)

5. Референце националног нивоа (публикације у домаћим часописима, самосталне или колективне домаће изложбе и уметнички или спортски наступи у земљи:
   - Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2014). Socio-economic aspect of business: Corporate Social Responsibility as part of brand strategy. International Conference: Socio-economic forms in inequality – Proceedings, Novi Sad, Serbia: Faculty of Technical Sciences, GRID. str. 143-152. ISBN: 978-86-7892-664 (M45)
   - **Stanković, J.,** Miković, I., Nikolić, S. (2015). The role of digital marketing in a promotion of higher education institutions: Cause or consequence of socio-economic dynamics?, International Conference Institutional Assumptions of Socio-Economic Dynamics in East and Central Europe, Novi Sad, Serbia: Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad, Serbia, str. 173-187, ISBN 978-96-7892-765-2 (M45)
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Ćelić, Đ. (2016). Consumer preferences in a (distorted) mirror of time: What does identity have to do with it? Proceedings: The transformation of social identity in crisis conditions and its impact on European integration. University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, str. 42-53, ISBN 978-86-7892-829-1 (M45)
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Ćelić, Đ. (2017). Modern nomads: marketing choice or faith (or both). Proceedings: Migrations: Phenomena, Consequences, University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, str. 25-38, ISBN 978-86-7892-928-1 (M45)
   - **Stanković, J.,** Brkljač, M., & Nikolić, S. (2014). Strategic Integrated Marketing Communication: Domination or Equilty of Elements?, Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici, Vol. 50, No. 32, str. 205-218. ISSN: 0350-2120, UDK: 330 (M51)

6. Саопштења на међународним научним скуповима:
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Batas-Adamov, G. (2012). The role of B2B marketing in industrial sustainability: Eco-marketing in a focus of success. 1st International Scientific Conference Population: Development/Crisis, Novi Sad, Serbia: Faculty of Technical Sciences, Novi Sad. str. 234-243. ISBN: 978-86-7892-467-5
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Miladinović, S. (2012). Poles of (Serbian) (un)success: Patterns of Culture, Social Capital and Educational Efficiency. 1st International Scientific Conference Population: Development/Crisis, Novi Sad, Serbia: Faculty of Technical Sciences, Novi Sad. str. 145-158. ISBN: 978-86-7892-467-5
   - Đurin, S., **Stanković, J.,** Terek, E. (2012). Hedge Funds in Contemporary Economy. 2nd International Symposium Engineering Management and Competitiveness EMC 2012, Zrenjanin, Serbia: Technical Faculty "Mihajlo Pupin". str. 492-497. ISBN: 978-86-7672-16
   - Brkljač, M., & **Stanković, J.** (Jun 15. 2013). The Role of "Word of Mouth" Communication in Service Marketing. International Scientific Conference Deindustrialization: Phenomena, Consequences, Novi Sad, Serbia: University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences. str. 253-264. ISBN: 978-86-7892-562-7
   - **Stanković, J.,** Brkljač, M., & Gajić, S. (2013). Gaining a Competitive Advantage by Integration of Marketing and Logistics, 1st International Conference Logistics, Belgrade, Serbia: University of Belgrade, Faculty of Transport and Traffic Engineering. str. 121-125.
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** & Batas-Adamov, G. (2013). Greenwashing: The Dark Side of Eco-marketing, XVIII Naučni skup Strategijski menadžment i sistemi podrške odlučivanju u strategijskom menadžmentu, Subotica: Ekonomski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu. str. 748-756.
   - Nikolić, S., **Stanković, J.,** Kostreš, M., & Ćelić, Đ. (2013). Place/city Branding and Multiculturalism: (Im)Possibility of Diversity, International Scientific Conference Deindustrialization: Phenomena, Consequences, Novi Sad, Serbia: University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences. str. 145-158. ISBN: 978-86-7892-562-7
   - Lalić, D., Gajić, S., & **Stanković, J.** (2013). The role of individuals in the process of innovation, 6th International Conference for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development ICEIRD, Istanbul, Turkey. str. 412-418. ISBN: 978-9944-380-09-6
   - Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2014). Innovative Concepts in Strategic Management, 10th International May Conference on Strategic Management – Majska konferencija o strategijskom menadžmentu (MKSM), Borsko jezero: University of Belgrade, Technical Faculty, Bor, Serbia. str. 645-653. ISBN: 978-86-6305-019-8
   - Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2014). Brand Management: The Analysis of Corporate Slogans among the Banks in Southeastern Europe, 2nd International Conference on Economic and Social Studies – ICESoS, Sarajevo, Bosna and Herzegovina: International Burch University Publication. str. 761-777. ISBN: 978-9958-834-39-4
   - Nikolić, S., Lalić, D., & **Stanković, J.** (2014). Dilemmas and Controversies of MC Brand(ing), 6th International Conference on mass Customization and Personalization in Central Europe MCP-CE, Novi Sad, Serbia: University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences. str. 140-145, ISBN 978-86-7892-626-6
   - Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2014). The Pillars of an Integrated

Model of Strategic Management: An Importance of New Product Development, 16th International Scientific Conference on INDUSTRIAL SYSTEMS – IS, Novi Sad, Serbia: Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad. str. 7-12. ISBN: 978-86-7892-652-5

- Živković, Z., Nikolić, S., & **Stanković, J.** (2014). Reinforcement of creativity by Games, 2nd International Academic Conference on Education, Teaching and E-learning – IAC-ETe, Prague, Czech Republic: MAC-Prague consulting. str. 1-8. ISBN: 978-80-905442-3-9
- Dejanović, A., Nikolić, S., & **Stanković, J**. (2014). Total Quality Management in Integrated Model of Strategic management, 17th International Conference DEPENDABILITY AND QUALITY MANAGEMENT – ICDQM, Belgrade, Serbia: Research Center of Dependability and Quality Management. str. 40-46. ISBN: 978-86-86355-16-4
- Ćelić, Đ., **Stanković, J.,** & Nikolić, S. (2015). Development of Business Incubators in Serbia aimed at Entrepreneurship Empowerment: Past, Present and Future, 8th International Conference for Entrpreneurship, Innovation and Regional Development ICEIRD, Sheffield, United Kingdom. str. 480-488. ISBN: 978-0-9932801-0-8
- **Stanković, J.,** Ćelić, Đ., & Nikolić, S. (2015). Generating Conversion in Start-ups: To Brand or Not To Brand?, 1st WBCInno International Conference, Novi Sad, Serbia: University of Novi Sad. str.137-140. ISBN: 978-86-499-02-03-9
- Ćorda, V., Ćelić, Đ., & **Stanković, J.** (2015). Business incubators as an entrepreneurial engines in Western Balkan countries, IV REDETE Conference on Researching Economic Development and Entrepreneurship in Transitional Economies, Graz, Austria: Karl-Franzens-Universität. Faculty of Economics, University of Banja Luka, str. 1168-117, ISBN 978-99938-46-54-3
- Ćelić, Đ., **Stanković, J.,** & Nikolić, S. (2016). Co-working space in a function of business pre-incubation: Case of Business incubator Novi Sad. 1. Reginal Conference on Entrepreneurship and Open Innovation in University – Industry Collaboration – iDEAlab, Novi Sad: Faculty of Technical Sciences – Graphic Center, Novi Sad, Serbia, str. 39-49, ISBN 978-86-7892-877-2
- Nikolić, S., **Stanković, J.,** Tumbas, P., & Matković, P. (2017). Intangible factors of educational efficiency and the concept of sustainable development. 11. INTED – International technology, education and development conference, Valencia, str. 6809-6818, ISBN 978-84-617-8491-2
- Rakić, S., Ćelić, Đ., **Stanković, J.** (2017). Analysis of market and competition in the digital world on the example of one higher education institution, 17. International Scientific Conference on INDUSTRIAL SYSTEMS – IS, Novi Sad: University of Novi Sad – Faculty of Technical Sciences, Department of Industrial Engineering and Management, 4-6. October, 2017, pp. 338-343, ISBN 978-86-7892-978-6
- Medvecki, D., **Stanković, J.,** Simeunović, N. (2017). Benchmarking analysis of the Facebook usage among higher education institutions, 17. International Scientific Conference on INDUSTRIAL SYSTEMS – IS, Novi Sad: University of Novi Sad – Faculty of Technical Sciences, Department of Industrial Engineering and Management, 4-6. October, 2017, pp. 358-363, ISBN 978-86-7892-978-6
- Vujičić, D., **Stanković, J.,** Lalić, D. (2018). TAM – Proposed applicability to social media, 8. International Conference on Mass Customization and Personalization – MCPC, Novi Sad: Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad, 19-21. September, 2018. pp. 32-36, ISBN 978-86-6022-080-8
- Gračanin, D., Ćirić, D., Stevanov, B., **Stanković, J.,** Ćurčić, J. (2018). Mass

customization and Co-creation on social networks, 8. International Conference on Mass Customization and Personalization – MCPC, Novi Sad: Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad, 19-21. September, 2018. pp. 142-147, ISBN 978-86-6022-080-8

- **Stanković, J.,** Medvecki, D., Rakić, S., Ćurčić, J., Gračanin, D. (2018). How to create attractive customer experience: Implementation of Kano's theory in higher education, 8. International Conference on Mass Customization and Personalization – MCPC, Novi Sad: Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad, 19-21. September, 2018. pp. 275-280, ISBN 978-86-6022-080-8

7. Сопштења на домаћим научним скуповима:
   - Lalić, D., Gajić, S., **Stanković, J.**, & Milić, B. (2013). Uloga društvenih medija u promociji rezultata naučnih istraživanja, 19. Skup „Trendovi razvoja" – TREND, Maribor, Slovenia: Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad, Srbija. str. 1-4. ISBN: 978-86-7892-485-9
   - Lalić, D., **Stanković, J.,** Gajić, S., & Varagić, D. (2014). Trends in higher education: How universities use modern communication technologies to improve its learning processes. XX Skup „Trendovi razvoja: Razvojni potencijal visokog obrazovanja" (TREND 2014), Kopaonik, Srbija: Univerzitet u Novom Sadu, Fakulte tehničkih nauka.
   - **Stanković, J.,** Brkljač, M., & Nikolić, S. (2014). Strateški integrisane marketing komunikacije: Dominacija ili jednakost elemenata? XIX Naučni skup Strategijski menadžment i sistemi podrške odlučivanju u strategijskom menadžmentu, Palić, Srbija: Ekonomski fakultet Subotica, Univerzitet u Novom Sadu. UDK: 658.8:659.2]:005.511
   - Brkljač, M., & **Stanković, J.** (2015). Značaj e-kanala na međunarodnom tržištu hotelijerstva, XX Naučni skup Strategijski menadžment i sistemi podrške odlučivanju u strategijskom menadžmentu, Subotica, Srbija: Ekonomski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu. str. 888-900. ISBN: 978-86-7233-352-7, UDK: 640.412:[004.738.5:659.148.338.487:659.148]:339.13
   - Vujičić, D., **Stanković, J.,** & Lalić, D. (2016). Platforme za učenje na daljinu: Odgovor na potrebe „Net generacije". 22. Trendovi razvoja TREND, Zlatibor. Univerzitet u Novom Sadu, Fakultet tehničkih nauka, str. 40-44, ISBN 978-86-7892-79
   - Rakić, S., Medvecki, D., Simeunović, N., **Stanković, J.** (2018). Uporedna analiza internet prezentacija univerziteta u Srbiji, 24. Trendovi razvoja – TREND, Kopaonik: Fakultet tehničkih nauka, 21-23. Feburar, 2018., 44-48, ISBN 978-86-6022-031-0
   - Medvecki, D., Rakić, S., **Stanković, J.** Gračanin, D., Simeunović, N. (2018). Komuniciranje na drutšvenim mrežama kao element procesa izgradnje brenda Fakulteta tehničkih nauka, Trendovi razvoja – TREND, Kopaonik: Fakultet tehničkih nauka, 21-23. Feburar, 2018., 73-77, ISBN 978-86-6022-031-0

8. Радови у којима је кандидат једини аутор и први коаутор:

9. Индекс компетентности: 79.5

VI. СТРУЧНИ РАД (прихваћени или реализовани пројекти, патенти, законски текстови и др).

- „Образовна ефикасност и концепт одрживог развоја" – краткорочни пројекат АП Војводине, 01.06.2016-01.06.2017., решење број: 114-451-429/2016-02

- „Унапређење видљивости високошколских установа употребом друштвених медија у циљу одрживе дисеминације резултата ЕУ пројеката“ – краткорочни пројекат АП Војводине, 08.06.2017.-08.06.2018., решење број: 142-451-2683/2017-01/01
- „Колаборативно-информациона платформа у функцији е-пољопривреде и саветодавства“ – дугорочни пројекат АП Војводине, 2016-2019., решење број: 114-451-2750/2016-02
- „Иновационо предузетништво на делу“ – програм обуке и менторства за стартапе на територији АП Војводине, 2018. година
- „Space4Women“ – пројекат подршке женског предузетништва Кабинета министра за иновације и технолошки развој, 2018. година

VII. ПРИЗНАЊА, НАГРАДЕ И ОДЛИКОВАЊА ЗА ПРОФЕСИОНАЛНИ РАД:

VIII. ОСТАЛО

IX. АНАЛИЗА РАДА КАНДИДАТА (на једној страници куцаног текста):

На основу увида у конкурсну документацију, комисија је дошла до следећих информација релевантних за избор у звање. Кандидат др Јелена (Станковић) Спајић је дипломирала на Економском факултету у Суботици, Универзитет у Новом Саду са просечном оценом 8,89 и стекла звање Економиста бечелор. Др Јелена (Станковић) Спајић је мастерирала на Економском факултету у Суботици, Универзитет у Новом Саду са просечном оценом 9,43 и стекла звање Мастер економисте. На Факултету техничких наука Универзитета у Новом Саду, 2011. године уписује докторске студије, где пријављује и тему докторске дисертације 2017. године. Своју дисертацију на тему: "Модел управљања процесима брендирања применом *lean* концепта" одбранила је 10.11.2018. године и стекла звање доктора наука из области индустријског инжењерства и инжењерског менаџмента.

Анализа научног-истраживачког рада кандидата:
Комисија је детаљно прегледала биографију и радове које је кандидат приложио и извршила категоризацију и бодовање радова у складу са Правилником о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научно-истраживачких резултата истраживача ("Sl. glasnik RS", br. 24/2016 и 21/2017), увидом у податке Конзорцијума библиотека Србије за обједињену набавку (KoBSON) и Правилника о ближим минималним условима за избор у звање сарадника на Универзитету у Новом Саду (усвојеног на седници Сената Универзитета у Новом Саду 03.03.2016. - који се примењује од 01.10.2016. године, допуњен 09.10.2018.).
На основу извршене провере приложених научних и стручних радова, Комисија изводи закључак да је кандидат остварио научне резултате као први аутор или коаутор у следећем броју научних радова: 1 научна књига која се користи као факултетски уџбеник, 1 посебно поглавље у научној књизи-монографији међународног значаја, 5 публикација у међународним часописима са SCI листе, 3 рада у страним националним часописима, 5 публикација у домаћим часописима, 24 рада у зборницима међународних научних скупова и 7 саопштења на домаћим научним скуповима. Индекс компетенције у последњем изборном периоду износи 79.5. Публиковани научни радови су из области Индустријско инжењерство и инжењерски менаџмент.

Анализа наставног рада кандидата:
Др Јелена (Станковић) Спајић има 6 година радног искуства у наставном процесу на високошколској установи из области Индустријско инжењерство и инжењерски менаџмент, односно из уже области Производни и услужни системи, организација и менаџмент. О успешности наставног рада говоре високе оцене добијене од стране студената у претходних пет година рада.

Анализа рада у обезбеђењу научно-наставног подмлатка:
Кандидаткиња има 22 учешћа у комисијама за одбрану радова на основним академским студијама.

Анализа доприноса академској широј заједници:
Кандидаткиња је до сада активно учествовала на три покрајинска истраживачка пројекта финансирана од стране Покрајинског секретаријата за високо образовање и научноистраживачку делатност и једном пројекту Кабинета министра за иновације и технолошки развој.

На основу изнетог, Комисија је у потпуности сагласна да кандидат др Јелена (Станковић) Спајић задовољава све услове потребне за избор у звање асистента са докторатом за ужу научну област Производни системи, организација и менаџмент на Факултету техничких наука Универзитета у Новом Саду.

X. МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ И НА РАДНО МЕСТО СВАКОГ КАНДИДАТА ПОЈЕДИНАЧНО (на 1 / 2 стране куцаног текста, са називом звања за које је конкурс расписан):

Комисија констатује да су досадашњи резултати др Јелене (Станковић) Спајић у образовном и стручном погледу у потпуности сагласни са ужом научном области за коју је расписан конкурс и да кандидат др Јелена (Станковић) Спајић испуњава све услове за избор у звање асистента са докторатом за ужу научну област Производни и услужни системи, организација и менаџмент. Сходно томе, Комисија предлаже да др Јелена (Станковић) Спајић буде изабрана у звање асистента са докторатом за ужу научну област Производни и услужни системи, организација и менаџмент на Факултету техничких наука у Новом Саду, у складу са Законом о високом образовању и Статутом Факултета техничких наука Универзитета у Новом Саду.

XI. ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ САРАДНИКА

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

Нови Сад, 14.12.2018.
Место и датум

проф. др Славка Николић

проф. др Данијела Лалић

проф. др Сандра Дедијер

НАПОМЕНА: Извештај се пише навођењем кратких одговора, са валидним подацима, у облику обрасца, без непотребног текста.
Разврставање и рангирање радова и индекс компентенције врше се односно израчунавају према правилнику надлежног министарства.
Члан комисије који не жели да потпише извештај јер се не слаже са мишљењем већине чланова комисије, дужан је да унесе у извештај образложење, односно разлоге због којих не жели да потпише извештај.