



Univerzitet u Beogradu
Ekonomski fakultet

Nastavno-naučnom i Izbornom veću

Odlukom Izbornog veća Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu br.4567/1, donetoj na sednici od 30.11.2022. godine određeni smo u Komisiju za pripremu izveštaja po konkursu za izbor u zvanje i zasnivanje radnog odnosa za jednog docenta za užu naučnu oblast Ekonomska politika i razvoj – Ekonomika turizma.

Na konkurs za radno mesto docenta za užu naučnu oblast Ekonomska politika i razvoj- Ekonomika turizma na određeno vreme od 5 godina, objavljen u publikaciji „Poslovi“ Nacionalne službe za zapošljavanje br. 1017 od 07.12.2022. godine u predviđenom roku prijavio se jedan kandidat:

dr Branislava Hristov Stančić.

Pristupno predavanje održano je 10.01.2023. godine pred istom ovom Komisijom.

Nakon pažljivog razmatranja konkursnog materijala, Komisija podnosi Nastavno-naučnom i Izbornom veću sledeći:

REFERAT

1. OSNOVNI PODACI O KANDIDATKINJI

Branislava Hristov Stančić je rođena 30.06.1987. godine u Sremskoj Mitrovici. Osnovnu školu i Gimnaziju je završila u Sremskoj Mitrovici kao nosilac Vukove diplome. Ekonomski fakultet u Beogradu je upisala 2006. godine, a završila je 2010. godine sa prosečnom ocenom 9,3. Pohađala je smer Međunarodna ekonomija i spoljna trgovina, opciona grupa Međunarodne finansije. Master akademske studije završila je na smeru Poslovno upravljanje sa prosečnom ocenom 9,9. Master tezu pod naslovom: „Uloga savremenih kanala distribucije u hotelijerstvu: primer hotela Zlatibor Mona, hotela In i hotela MK Mountain Resort“, odbranila je u decembru 2013. godine. Doktorske studije na Ekonomskom fakultetu upisala je marta 2014. godine. Na studijskom programu Poslovno upravljanje ostvarila je prosečnu ocenu 9,9. Doktorsku disertaciju pod nazivom: „Primena koncepta upravljanja prihodima u analizi poslovanja hotela sa stanovišta operativnih performansi“ odbranila je 25.05.2022. godine.

Branislava Hristov Stančić je dobitnica većeg broja stipendija Ministarstva prosvete Republike Srbije za period 2007/08, 2008/09. i 2009/10. Takođe, dobitnica je stipendije Austrijskog instituta u Beogradu za učenje nemačkog jezika u periodu od 2008-2011. godine.

2. SPISAK OBJAVLJENIH RADOVA KANDIDATKINJE

Branislava Hristov Stančić je do sada napisala i objavila veliki broj kvalitetnih naučnih radova u domaćim i međunarodnim časopisima, zbornicima radova i materijalima sa konferencija. Radovi su iz oblasti turizma i hotelijerstva, marketinga i menadžmenta u turizmu i hotelijerstvu i upravljanja hotelskim prihodima. Svoja naučna istraživanja prezentovala je na međunarodnim i domaćim naučnim skupovima.

Ovaj deo referata je podeljen u tri dela. Najpre je dat spisak objavljenih radova kandidata, zatim su navedeni master rad i doktorska disertacija, a na kraju je napravljen kratak prikaz najznačajnijih radova kandidata.

2.1. Spisak objavljenih radova kandidatkinje

Spisak objavljenih radova kandidatkinje kao saradnika u nastavi

Spisak objavljenih saopštenja sa međunarodnih skupova štampanih u izvodu:

1. Hristov, B. (2013). *Traditional vs. Modern distribution channels in hotels in Balkan Countries*. The Macrotrend Conferences BSS, Paris, str. 87 – 88. (M34)

Spisak objavljenih radova kandidatkinje nakon izbora u zvanje asistenta:

Spisak objavljenih radova u časopisima:

1. Vasić, V., Hristov Stančić, B., Zečević, B. (2022). Empirical modeling of hotel occupancy rate with dynamic panel data. *Ekonomika preduzeća*, No. 3-4, UDC 65, ISSN 0353-443X, str. 240-253. (M24)
2. Hristov Stančić, B., Đorđević, A., Kovačević, I., Zečević, B. (2022). Tourism - led economic growth hypothesis - An empirical investigation for Serbia. *Teme*, No. 1, str. 251-267. DOI: <https://doi.org/10.22190/TEME210217014H>. (M23)
3. Hristov Stančić, B. (2021). Uticaj ekonomske krize iz 2008. godine na ključne performanse evropskih hotela. *Ekonomске ideje i praksa*, Vol 40, str. 63-79. (M51)
4. Kovačević, I., Zečević, B., Hristov-Stančić, B. (2019). Economic impact of the meetings industry on a nation's development and the example of Serbia. *Ekonomika preduzeća*. Vol. 67, No. 3-4, UDC 65, ISSN 0353-443X, str. 282-287. (M24)
5. Hristov Stančić, B., Đorđević, A., Zečević, B. (2017). Analiza promena u hotelskim kanalima prodaje - studija slučaja gradskog i planinskog hotela u Srbiji. *Marketing*. Vol. 48, No. 4, UDK 338.488.2:640.412:004.738.5, ISSN 0354-3471, str. 215-223. (M51)

6. Đorđević, A., Hristov-Stančić, B. (2016). Creating package tours in tour operator business: Analysis of key benefits for tourists. *Ekonomika preduzeća*. Vol. 64, No. 3-4, UDC 65, ISSN 0353-443X, str. 249-262. **(M24)**
7. Đorđević, A., Zečević, B., Hristov Stančić, B. (2016). Importance of Various Service Types in Hotels-Empirical Analysis. *Economic Themes*. Vol. 54, No. 3, UDC 338.488.64 0.418, ISSN 0353-8648, str. 403-423. **(M51)**
8. Veljković, S., Hristov, B., Čolić, L. (2015). Segmentacija tržišta u turizmu- Primena Švarcove teorije vrednosti. *Marketing*. Vol. 46, No. 2, UDK 338.48:339.1, ISSN 0354-3471, str. 67-90. **(M51)**

Spisak objavljenih radova u zbornicima radova:

1. Hristov Stančić, B., Zečević, B., Kovačević, I. (2022). *Analiza pokazatelja performansi upravljanja prihodima u restoranima*. SYM-OP-IS 2022, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, ISBN: 978-86-403-1750-4, str. 21-26. **(M63)**
2. Hristov Stančić, B., Zečević, B. (2021). *Uticaj ekonomske krize na ponašanje hotelskih gostiju*. Izazovi i perspektive marketinga, III konferencija Srpskog udruženja za marketing, emeritus prof. dr Hanić, H., prof. dr Veljković, S., urednici, SEMA., ISBN: 978-86-903768-1-0, str. 219-229. **(M63)**
3. Kovačević, I., Zečević, B., Hristov Stančić, B. (2020). *ICT and social media influence on the MICE market and event management*. 32nd EBES International Conference, Istanbul, ISBN 978-605-80042-2-1, pp. 376-384. **(M33)**
4. Hristov Stančić, B., Zečević, B., Kovačević, I. (2019). *Uloga tehnike upravljanja prihodima i problem formiranja cena u hotelskom sektoru* u "Izazovi savremenog marketinga 2019", Stanković, Lj., urednica, SEMA, ISBN: 978-86-7852-053-3, str. 328-335. **(M63)**
5. B. Hristov Stančić., B. Zečević., I. Kovačević., (2018), *Primena i značaj metoda scenarija u turističkom predviđanju za nosioce ponude na nivou zemlje*, Ekonomska politika i razvoj – tematski zbornik radova, ISBN 978-86-403-1575-3, str. 65-83. **(M44)**
6. Đorđević, A., Zečević, B., Hristov Stančić, B. (2017). *Analiza promena u hotelskim kanalima prodaje - Studija slučaja dva domaća hotela/Analysis of Changes in Sale Channels - Case Study of Two Domestic Hotels* u "Izazovi i problemi savremenog marketinga" G. Ognjanov, Lj. Stanković, urednice, SEMA, ISBN: 978-86-6047-256-6, str. 71-79. **(M63)**
7. Đorđević, A., Zečević, B., Hristov Stančić, B. (2017). *Razvoj koncepta upravljanja prihodima u hotelima- teorijski osvrt*. XI hotelska kuća- Inovacije u hotelijerstvu i turizmu, Poslovno udruženje hotelsko ugostiteljske privrede Srbije – HORES, ISBN 978-86-920445-3-3, str. 26-34. **(M63)**
8. Čolić, L., Hristov, B. (2015). *Značaj Švarcovog Sistema vrednosti u procesu odabira turističkih aranžmana*. SYM-OP-IS 2015, Matematički institut SANU i Matematički fakultet Univerziteta u Beogradu, ISBN: 978-86-80593-55-5, str. 23-26. **(M63)**
9. Hristov Stančić, B., Zečević, B., Kovačević, I. (2015). *Izmene u strukturi prodajnih kanala u hotelijerstvu- Studija slučaja*. X Naučno-stručni simpozijum Hotelska kuća 2015, Poslovno udruženje hotelsko ugostiteljske privrede Srbije – HORES, ISBN 978-86-905315-7-8, str. 93-101. **(M63)**

10. Hristov B., Zečević B., Kovačević I., (2014), *Primena savremenih kanala distribucije u hotelijerstvu – primer hotela „Zlatibor Mona“*, Ekonomska politika i razvoj – tematski zbornik radova, Vol. 1, Issue 1, ISBN 978-86-403-1389-6, str. 125 – 150. (M44)
11. Hristov, B., Kovačević, I., Zečević, B. (2014). *The Impact of Technological Changes and Use of Internet on the Distribution Channels in Tourism and Hospitality- Case study of four star independent city hotel (Hotel “IN” Belgrade, Serbia)*. 14th EBES International Conference, Barcelona, ISBN: 978- 605-64002-8-5, pp. 2090 – 2107. (M33)

Spisak objavljenih saopštenja sa međunarodnih skupova štampanih u izvodu:

1. Zečević, B., Hristov Stančić, B., Bradić-Martinović, A. (2022). Sustainable tourism in Western Balkan region - opportunities and limitations, *Digitalization and Sustainability – New Environment for Economics and Business*, eds. Stojanović, Ž. & Stamenković, M., University of Belgrade - Faculty of Economics and Business, 73-73, ISBN: 978-86-403-1752-8. (M34)
2. Hristov. B., Kovačević, I. (2015). *The Importance of Revenue Management for Business Results in the Hotel Industry*. 16th EBES International Conference, Istanbul, Turkey. (M34)

2.2. Master rad i doktorska disertacija

1. Hristov, B. (2013). „*Uloga savremenih kanala distribucije u hotelijerstvu: primer hotela Zlatibor Mona, hotela In i hotela MK Mountain Resort*”, master rad, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
2. Hristov Stančić, B. (2022). „*Primena koncepta upravljanja prihodima u analizi poslovanja hotela sa stanovišta operativnih performansi* “, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu. (M71)

2.3. Prikaz najznačajnijih radova kandidatkinje

1. Hristov Stančić, B. (2022). „*Primena koncepta upravljanja prihodima u analizi poslovanja hotela sa stanovišta operativnih performansi* “, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu. (M71)

Predmet istraživanja ove doktorske disertacije je definisanje i analiza uloge koju koncept upravljanja prihodima ima u operativnoj uspešnosti hotelskog sektora. Analizom strategija i taktika upravljanja prihodima, sa posebnim akcentom na cenovne i necenovne strategije i taktike, teži se da se istakne kako upravljanje prihodima dovodi do rasta operativnih hotelskih performansi. Kako se operativno poslovanje hotela može meriti kroz različite racio pokazatelje, na osnovu opsežnog pregleda naučne literature, u disertaciji su odabrana dva racio pokazatelja: prihod po raspoloživoj sobi (*engl. revenue per available room- RevPAR*) i bruto operativni profit po raspoloživoj sobi (*engl. gross operating profit per available room- GOPPAR*). Da bi se obezbedio rast ovih pokazatelja, potrebno je odrediti koji su to ključni faktori koji na njih utiču.

U tom smislu, jedan od ciljeva ove disertacije jeste identifikacija ključnih pokretača operativne uspešnosti hotela, sa ciljem formulisanja adekvatnih strategija koje će dovesti do njene maksimizacije. Pored toga, cilj je ispitati da li postoje razlike u ključnim pokretačima ovih rasio pokazatelja kada je tržište stabilno, nasuprot tržištu koje je pogođeno ekonomskom krizom.

U istraživanju je korišćen model višestruke hijerarhijske linearne regresije. Regresione jednačine sprovedene su za 2007 i 2009. godinu, kako su na osnovu analize prosečne dnevne cene sobe, stope popunjenosti kapaciteta i prihoda po raspoloživoj sobi za uzorak od 328 evropskih hotela u periodu od 2007-2010. godine, ocenjene kao godine koje na reprezentativan način prikazuju period kada je hotelsko tržište bilo stabilno, nasuprot periodu kada je bilo izloženo dejstvu ekonomske krize.

Rezultati istraživanja su pokazali da u periodima stabilnog tržišta iste determinante pokreću obe operativne performanse, samo se intenzitet tog uticaja razlikuje. Kao ključni pokretači RevPAR-a i GOPPAR-a na stabilnom tržištu ocenjeni su veličina, kategorija, lokacija, region, ukupni troškovi marketinga, bonusi menadžera i troškovni rasio departmana soba. Najveći uticaj na RevPAR u 2007. godini ostvarili su ukupni troškovi marketinga, zatim troškovni rasio departmana soba, veličina, kategorija, lokacija, bonusi menadžera i region, dok su najveći uticaj na GOPPAR u 2007. godini su imali troškovni rasio departmana soba, ukupni troškovi marketinga, veličina, kategorija, lokacija hotela, bonusi menadžera i region. Posmatrajući dobijene rezultate istraživanja za 2009. godinu, zaključujemo da su ključni pokretači obe operativne performanse, ukupni troškovi marketinga, troškovni rasio departmana soba, kategorija, veličina i lokacija. Region je ocenjen kao statistički značajna varijabla samo za GOPPAR, a ne i za RevPAR. Najveći uticaj na RevPAR u 2009. godini ostvarili su ukupni troškovi marketinga, zatim troškovni rasio departmana soba, kategorija, veličina i lokacija, dok su najveći uticaj na GOPPAR u 2009. godini su imali troškovni rasio departmana soba, ukupni troškovi marketinga, veličina, region, kategorija i lokacija.

Na osnovu dobijenih rezultata za pomenute godine, date su preporuke za hotelske menadžere prilikom odabira strategija koje će omogućiti maksimizaciju RevPAR-a i GOPPAR-a u periodima kada je hotelsko tržište stabilno, u odnosu na periode kada je prisutna ekonomska kriza.

2. Vasić, V., Hristov Stančić, B., Zečević, B. (2022). Empirical modeling of hotel occupancy rate with dynamic panel data. *Ekonomika preduzeća*, No. 3-4, UDC 65, ISSN 0353-443X, str. 240-253. (M24)

U dosadašnjim istraživanjima, kao jedan od glavnih pokazatelja uspešnosti poslovanja hotela, uglavnom se uzimala stopa popunjenosti kapaciteta. Kako stopa popunjenosti kapaciteta u jednom hotelu varira tokom godine, ali isto tako varira i za različite tipove hotela, za njenu analizu prikladnija je i sveobuhvatnija upotreba forme panela podataka u odnosu na podatke preseka ili vremenske serije, koji su se do sada najčešće primenjivali u sličnim istraživanjima. Takođe, dosadašnja istraživanja nisu istovremeno uzimala veliku heterogenost među analiziranim hotelima, kao ni povezanost stope popunjenosti kapaciteta sa njenim istorijskim vrednostima. Upotrebom generalizovane metode momenata u okviru modela dinamičkih panel podataka, moguće je da se oba svojstva uzmu u obzir. Analizirani podaci pripadaju hotelskoj industriji Španije. Tačnije, dati panel podaci obuhvataju uzorak od 49 hotela posmatranih u

periodu od 12 godina. Primenom dinamičke panel analize pokazano je da na vrednosti stope popunjenosti kapaciteta utiču vrednosti stope popunjenosti kapaciteta sa docnjom jedan, kao i vrednosti ukupnih troškova marketinga sa docnjom jedan. Daljom analizom utvrđeno je da na posmatranu varijablu utiču i vrednosti podsticajnih nagrada za menadžere, kao i prosečna dnevna cena sobe, kao i potrošački indeks cena. Uvereni smo da će menadžerima hotela prikazani rezultati analize biti od značajne koristi.

3. Hristov Stančić, B., Đorđević, A., Kovačević, I., Zečević, B. (2022). Tourism - led economic growth hypothesis - An empirical investigation for Serbia. *Teme*, No. 1, str. 251-267. DOI: <https://doi.org/10.22190/TEME210217014H>. (M23)

U mnogim zemljama turizam pozitivno utiče na privredni rast, imajući u vidu da se kroz turističke tokove vrši akumulacija i transfer kapitala, dohotka ali i tehnološkog znanja i ljudskog kapitala. Kako bi se utvrdila veza između turizma i privrednog rasta Srbije, u radu je sprovedeno testiranje tzv. TLEG (*tourism led economic growth*) hipoteze koja tvrdi da turizam pozitivno utiče na privredni rast zemlje. Cilj rada jeste da se pokaže da postoji pozitivna veza između turizma, izraženog u potrošnji stranih turista (CFT) i razvijenosti privrede Srbije, izraženoj u bruto domaćem proizvodu (BDP). U istraživanju je sprovedena kointegraciona analiza na kvartalnim podacima za CFT i BDP u periodu od 2007. do 2017. godine. Koristeći se Johansenovom procedurom potvrđeno je postojanje jednog kointegracionog vektora, što dalje implicira postojanje pozitivne veze između potrošnje stranih turista i bruto domaćeg proizvoda Srbije. Kako bi se odredio smer uzročnosti korišćen je Grejndžerov test kauzalnosti, kojim je potvrđeno da CFT utiče na BDP, ali da obrnuto ne važi. Konkretno, rezultati su pokazali da sa promenom od 1% u CFT dolazi do promene od 0.8% BDP u istom smeru. To znači da će u dugom roku porast potrošnje stranih turista generisati rastući trend BDP-a, ali ne i obrnuto. Na osnovu ocenjenog koeficijenta prilagođavanja u ocenjenom vektorskom modelu sa korekcijom ravnotežne greške (VECM) u jednačini za prvu diferencu BDP-a (-0,29), BDP se prilagođava svakog kvartala za nešto manje od jedne trećine dugoročnoj ravnotežnoj vezi sa CFT. Na osnovu dekompozicije varijanse greške predviđanja pokazano je da je varijabilnost BDP-a u većoj meri objašnjena šokovima u CFT-u, nego obrnuto. Kontribucija CFT varijabilnosti BDP-a, procenjena je na 28% nakon prve godine, dok je nakon druge i treće godine taj procenat 60% i 64%. S druge strane, varijabilnost CFT se najviše duguje sopstvenim šokovima (92%) za period od 6 kvartala. Nakon 3 godine, varijabilnost zahvaljujući sopstvenim šokovima pada na 85%, dok se 15% varijabilnosti ostvaruje zahvaljujući šokovima u BDP-u. Da je model statistički validan potvrđuju sprovedeni multivarioacioni testovi za ispitivanje autokorelacije i normalnosti. Na osnovu svih dobijenih rezultata istraživanja može se zaključiti da u slučaju Srbije važi tzv. TLEG hipoteza, tj. da turizam pozitivno utiče na privredni rast Srbije.

4. Kovačević, I., Zečević, B., Hristov-Stančić, B. (2019). Economic impact of the meetings industry on a nation's development and the example of Serbia. *Ekonomika preduzeća*. Vol. 67, No. 3-4, UDC 65, ISSN 0353-443X, str. 282-287. (M24)

Kongresni turizam kreira značajne ekonomske efekte razvoja destinacije, kako na nacionalnom, tako i na regionalnom i lokalnom nivou. Tržište kongresnog turizma generiše snažne direktne, indirektno i indukovane efekte, a samo 5 najjačih ekonomija u Evropi, kroz kongresni turizam

generiše vrednost od preko 140 milijardi dolara. Kongresna industrija Srbije beleži jak rast u poslednjih 11 godina. Na jednoj strani, broj međunarodnih klijenata, kako udruženja tako i korporativnih tržište raste, a istovremeno je prisutan i snažan infrastrukturni rast. Fokusiranje na nove turističke proizvode – industriju sastanaka (kongresni turizam) srpskim destinacijama dalo je jasan put za uspostavljanje celogodišnjeg proizvoda i iskustva, udaljavajući se tako od visoko sezonalnih turističkih proizvoda. Ipak, neophodno je imati u vidu da je praćenje uticaja kongresnog turizma komplikovano usled specifičnosti tržišta i limiti su jasno naznačeni. Istraživanja su pokazala da je globalno tržište međunarodnih kongresa asocijacije u 2017. godini generisalo vrednost od preko 12 milijardi dolara, dok je ovo tržište u Srbiji generisalo preko 26 miliona dolara. Kongresni turizam predstavlja bitan proizvod Srbije i realno je očekivati dalje unapređenje performansi ovog sektora, jer ostvareni multiplikativni efekti doprinose bržem razvoju Srbije.

5. Hristov Stančić, B. (2021). Uticaj ekonomske krize iz 2008. godine na ključne performanse evropskih hotela. *Ekonomске ideje i praksa*, Vol 40, str. 63-79. (M51)

Hotelska industrija veoma je podložna uticajima iz spoljašnjeg okruženja, pa tako različiti tipovi kriza mogu ostaviti posledice na poslovanje hotela i njegove performanse. Negativne posledice krize javljaju se u vidu smanjenje tražnje, prihoda i krajnjeg poslovnog rezultata, rasta troškova, smanjenja broja zaposlenih i dr. U naučnoj literaturi pitanje uticaja ekonomske krize na hotelske performanse nije mnogo obrađivana tema, te je stoga u radu analiziran uticaj ekonomske krize iz 2008. godine na operativne performanse evropskih hotela. Posmatrane su vrednosti za tri ključne operativne hotelske performanse, prosečnu dnevnu cenu sobe, stopu popunjenosti kapaciteta i prihod po raspoloživoj sobi u 2007, 2008. i 2009. godini. Cilj rada je da pokaže da ekonomska kriza ima odložen negativan uticaj na pomenute performanse, kao i da je intenzitet negativnog uticaja krize različit u zavisnosti od kategorije kojoj hotel pripada.

Rezultati sprovedene studije na uzorku od 328 evropskih hotela, pokazali su da je ostvaren pad stope popunjenosti kapaciteta, prosečne dnevne cene sobe i prihoda po raspoloživoj sobi u sva četiri evropska regiona u 2009. godini posmatrano u odnosu na 2007. i 2008. godinu. Takođe, pokazano je da je ostvaren pad ovih pokazatelja u istom periodu u hotelima svih kategorija, s tim što se stepen tog pada razlikuje. Najmanji pad u slučaju ADR-a i RevPAR-a zabeležen je kod luksuznih hotela, jer u luksuznim hotelima oduvijek gosti veće platežne moći i većeg raspoloživog dohotka za putovanja. Tržišni segment gostiju koji borave u luksuznim hotelima, a koji su odlučili da i dalje putuju bez obzira na krizu, bili su u stanju da plaćaju dosta više cene u odnosu na cene soba u nižim kategorijama hotela. U slučaju stope popunjenosti kapaciteta najmanji pad zabeležen kod hotela više visoke kategorije, a razlog najverovatnije leži u činjenici da u ovakvim kategorijama oduvijek i poslovni gosti, koji su zbog poslovnih razloga nastavili da putuju. Takođe, u ovim hotelima su oduvijek i gosti veće platežne sposobnosti koji su putovali zbog odmora, a koji bi inače oduvijek i bili u luksuznim hotelima, ali su se zbog krize preorijentisali na nešto jeftinije hotele.

S obzirom da ekonomska kriza pogađa celokupnu privredu i životni stil stanovništva, neophodno je da hotelski menadžeri budu dovoljno fleksibilni i agilni u prilagođavanju svog poslovanja novonastalim tržišnim okolnostima, kako bi bili u stanju da donesu odgovarajuće poteze koji će što više ublažiti gotovo neizbežan pad njihovih performansi.

3. UČEŠĆE NA PROJEKTIMA

Branislava Hristov Stančić je bila učesnik na akreditovanom programu NICEF-a- „*Inovativni sadržaji u ekonomskoj geografiji kao podsticaj razvijanju nastavničkih kompetencija*“, u 2016. godini. Takođe, u periodu 2021-2022. godine je bila učesnik na stručnom projektu pod nazivom “*Support to Western Balkan region in sustainable tourism development (Ref.no. 101-021)*” koji je podržan od strane Horwath htl.

4. OCENA NAUČNO-ISTRAŽIVAČKOG RADA

Spisak objavljenih radova Branislave Hristov Stančić koji je dat u drugoj tački ovog izveštaja, kao i prikaz najznačajnijih radova, svedoče o njenom nesumnjivom doprinosu naučnoj i stručnoj literaturi. Tokom svog naučnog rada najveći deo svojih istraživanja posvetila je pitanjima uticaja i značaja turizma za privredni razvoj zemlje, uticaja različitih faktora na rad turističkih entiteta i posledično na privredni razvoj, pitanjima poslovanja i strategija rada različitih turističkih entiteta, kao i upravljanja prihodima u hotelskom sektoru i drugim temama iz šire oblasti Ekonomske politike i razvoja i poslovnog upravljanja. Radovi su pisani na visokom teorijskom i metodološkom nivou, što svedoči o kondidatkinjinoj naučnoj i stručnoj kompetentnosti. Kandidatkinja je objavila samostalno ili kao koautor 22 rada, kao i master rad i doktorsku disertaciju (M71). Od toga 1 rad u kategoriji M23, 3 rada u kategoriji M24, 4 rada u kategoriji M51, 2 rada u kategoriji M33, 2 rada u kategoriji M44, 7 radova u kategoriji M63 i 2 objavljena saopštenja sa međunarodnih skupova štampanih u izvodu u kategoriji M34.

5. OCENA NASTAVNO-PEDAGOŠKOG RADA

Od septembra 2012. godine je zaposlena na Ekonomskom fakultetu u Beogradu, kao saradnik u nastavi za užu naučnu oblast Ekonomska politika i razvoj – Ekonomika turizma. Izabrana je u zvanje asistenta u septembru 2014. godine, a nastavu izvodi na tri predmeta: Ekonomika turizma, Menadžment preduzeća u turizmu i hotelijerstvu/Menadžment hotelskih i turističkih preduzeća i Marketing u turizmu. Pri izvođenju i organizaciji vežbi je pokazala veliku posvećenost, temeljnost u radu, stručnost i kreativnost.

U toku dosadašnjeg rada na fakultetu, u anketama studenata je uvek ocenjivana sa visokim ocenama. Od izbora u zvanje asistenta, na predmetu Ekonomika turizma prosečna ocena studentskog vrednovanja iznosila je 4,60, na predmetu Marketing u turizmu 4,69 i na predmetu Menadžment preduzeća u turizmu i hotelijerstvu/Menadžment hotelskih i turističkih preduzeća 4,66.

6. DOPRINOS AKADEMSKOJ I ŠIROJ ZAJEDNICI

Branislava Hristov Stančić je dala značajan doprinos akademskoj i široj zajednici. To se može videti na osnovu objavljenih radova u časopisima, recenzentskih aktivnosti, stalnog usavršavanja profesionalnih kompetencija i članstava u telima fakulteta i stručnih asocijacija.

Branislava Hristov Stančić je recenzent u časopisu Ekonomske ideje i praksa. Od izbora u zvanje asistenta je učestvovala u velikom broju domaćih skupova i međunarodnih konferencija

Pored angažovanja u nastavi na Ekonomskom fakultetu, angažovana je i u vannastavnim aktivnostima. Bila je član organizacionog odbora Prve konferencije Srpskog udruženja za marketing – Izazovi i problemi savremenog marketinga, Druge konferencije Srpskog udruženja za marketing – Izazovi savremenog marketinga 2019, kao i treće konferencije Srpskog udruženja za marketing - Izazovi i perspektive marketinga. U periodu od 2016-2019. godine, je obavljala funkciju administrativnog sekretara Srpskog udruženja za marketing (SeMA). Bila je učesnik na akreditovanom programu NICEF-a- „Inovativni sadržaji u ekonomskoj geografiji kao podsticaj razvijanju nastavničkih kompetencija“, u 2016. godini. Pored toga, bila je uključena u promociju Ekonomskog fakulteta učenicima srednjih škola širom Srbije.

Branislava Hristov Stančić kontinuirano radi na unapređenju svojih znanja i veština u oblasti hotelijerstva. Stekla je sertifikat CHIA: Certification in Hotel Industry Analytics Exam (Academic), koji zajednički dodeljuju Američka asocijacija hotelske industrije (AHLA) i globalno najveća kompanija za istraživanje performansi hotela STR, čime se kvalifikuje za sertifikovanog analitičara hotelske industrije. Trenutno pohađa napredni kurs iz oblasti hotelske i turističke analitike, koji takođe organizuju Američka asocijacija hotelske industrije (AHLA) i Smith Travel Research (STR) pod nazivom CAHTA- Certification in Advanced Hospitality and Tourism Analytics.

7. ISPUNJENOST ZAKONSKIH USLOVA I KRITERIJUMA ZA IZBOR U DOCENTA

Opšti uslovi	Ispunjenost kriterijuma
Naučni naziv doktora nauka iz naučne oblasti za koju se bira stečen na akreditovanom univerzitetu i akreditovanom studijskom programu u zemlji ili diploma doktora nauka stečena u inostranstvu, priznata u skladu sa Zakonom o visokom obrazovanju	Doktorska disertacija pod nazivom <i>“Primena koncepta upravljanja prihodima u analizi poslovanja hotela sa stanovišta operativnih performansi”</i> je odbranjena 25.05.2022. godine na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu.
Obavezni uslovi	Ispunjenost kriterijuma
Pristupno predavanje iz oblasti za koju se bira, pozitivno ocenjeno od strane visokoškolske ustanove.	Pristupno predavanje na temu: „Turizam kao faktor privrednog rasta“ održano 10.01.2023. godine. Ocenjeno ocenom 5 (pet).
Pozitivna ocena pedagoškog rada u studentskim anketama tokom celokupnog prethodnog izbornog perioda.	Prosečna ocena na predmetima: -Ekonomika turizma - prosečna ocena studentskog vrednovanja iznosila je 4,60. -Menadžment preduzeća u turizmu i hotelijerstvu - prosečna ocena

	studentskog vrednovanja iznosila je 4,66. Marketing u turizmu - prosečna ocena studentskog vrednovanja iznosila je 4,69.
Iskustvo u pedagoškom radu sa studentima	7 godina rada sa studentima
Objavljen jedan rad iz kategorije M20 ili tri rada iz kategorije M51 iz naučne oblasti za koju se bira.	1 rad kategorije M23 3 rada kategorije M24 4 rada kategorije M51
Saopšten jedan rad na naučnom skupu, objavljen u celini (M31, M33, M61, M63)	2 rada kategorije M33 7 radova kategorije M63

Izborni uslovi (minimalno 2 od 3 uslova)	Bliže odrednice (najmanje po jedan od dva izborna uslova)	Ispunjenost kriterijuma
1. Stručno-profesionalni doprinos	1. Predsednik ili član uređivačkog odbora naučnih časopisa ili zbornika radova u zemlji ili inostranstvu. 2. Predsednik ili član organizacionog ili naučnog odbora na naučnim skupovima nacionalnog ili međunarodnog nivoa. 3. Predsednik ili član komisija za izradu završnih radova na akademskim master ili doktorskim studijama. 4. Rukovodilac ili saradnik na domaćim i međunarodnim naučnim projektima.	Ispunjen kriterijum 2, član organizacionog odbora konferencija
2. Doprinos akademskoj i široj zajednici	1. Članstvo u stranim ili domaćim akademijama nauka, članstvo u stručnim ili naučnim asocijacijama u koje se član bira. 2. Predsednik ili član organa upravljanja, stručnog organa ili komisija na fakultetu ili univerzitetu u zemlji ili	Ispunjena odrednica 1, član Srpskog udruženja za marketing (SeMA); Ispunjena odrednica 2, član Komisije za samovrednovanje Ekonomskog fakulteta; član Centralne popisne komisije Ekonomskog fakulteta. Ispunjena odrednica 4,

	<p>inostranstvu.</p> <p>3. Član nacionalnog saveta, stručnog, zakonodavnog ili drugog organa i komisije ministarstva.</p> <p>4. Učešće u nastavnim aktivnostima van studijskih programa (permanentno obrazovanje, kursevi u organizaciji profesionalnih udruženja i institucija, programi edukacije nastavnika) ili u aktivnostima popularizacije nauke.</p> <p>5. Domaće ili međunarodne nagrade i priznanja u razvoju obrazovanja ili nauke.</p>	<p>učešće u akreditovanom programu NICEF-a za edukaciju nastavnika; Promocija Ekonomskog fakulteta učenicima srednjih škola širom Srbije.</p>
<p>3. Saradnja sa drugim visokoškolskim, naučno-istraživačkim ustanovama, odnosno ustanovama kulture ili umetnosti u zemlji ili inostranstvu.</p>	<p>1. Rukovođenje ili učešće u međunarodnim naučnim ili stručnim projektima i studijama.</p> <p>2. Radno angažovanje u nastavi ili komisijama na drugim visokoškolskim ili naučnoistraživačkim institucijama u zemlji ili inostranstvu, ili zvanje gostujućeg profesora ili istraživača.</p> <p>3. Rukovođenje radom ili članstvo u organu ili profesionalnom udruženju ili organizaciji nacionalnog ili međunarodnog nivoa.</p> <p>4. Učešće u programima razmene nastavnika i studenata.</p> <p>5. Učešće u izradi i sprovođenju zajedničkih studijskih programa.</p> <p>6. Predavanja po pozivu na univerzitetima u zemlji ili inostranstvu.</p>	<p>Ispunjena odrednica 1, učestvovala je u izradi projekta Ispunjena odrednica 3, član Srpskog udruženja za marketing (SeMA); obavljala je funkciju administrativnog sekretara Srpskog udruženja za marketing (SeMA).</p>

8. ZAKLJUČNO MIŠLJENJE I PREDLOG KOMISIJE


Nakon sveobuhvatnog uvida u konkursnu dokumentaciju i pozitivno ocenjenog pristupnog predavanja, Komisija zaključuje da Branislava Hristov Stančić ispunjava sve uslove konkursa u svim neophodnim segmentima. Branislava Hristov Stančić je uspešno odbranila doktorsku disertaciju pod nazivom: „*Primena koncepta upravljanja prihodima u analizi poslovanja hotela sa stanovišta operativnih performansi*“ na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu 25.05.2022. godine. Objavila je veći broj kvalitetnih i inovativnih radova u oblastima koje su tematski vezane za predmet za koji se bira. Kandidatkinja ispunjava poseban uslov konkursa u vezi nastavničko-istraživačke orijentacije u oblasti Ekonomske politike i razvoja - Ekonomika turizma. Branislava Hristov Stančić je učestvovala na velikom broju domaćih skupova, međunarodnih konferencija, kao i stručnih kurseva što joj je omogućilo da unapredi svoja znanja.

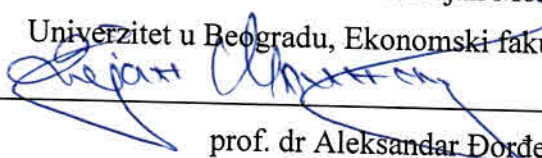
U dosadašnjem radu sa studentima pokazala je izuzetne pedagoške i nastavne sposobnosti, kao i posvećenost, što potvrđuju visoke ocene od strane studenata dobijene u redovnim anketama sprovedenim na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu.

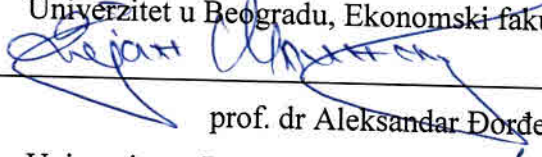
Na osnovu svih izloženih činjenica i ocena koje se odnose na nastavni rad, naučno-istraživački rad i doprinos akademskoj i široj zajednici, Komisija konstatuje da kandidatkinja ispunjava sve zakonske, univerzitetske i fakultetske kriterijume za izbor u zvanje docenta, značajno premašujući minimalne zahteve. Stoga, predlažemo Izbornom veću Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu da prihvati predlog da Branislava Hristov Stančić bude izabrana u zvanje docenta za užu naučnu oblast Ekonomska politika i razvoj - Ekonomika turizma.

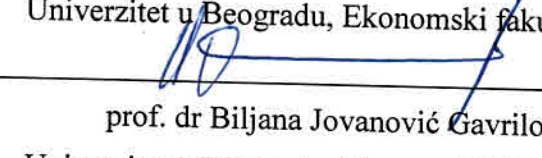
Potpisi članova Komisije:

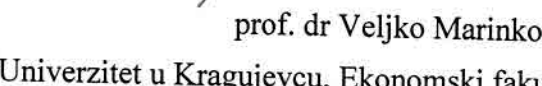
U Beogradu, 11.01.2023.


prof. dr Bojan Zečević,
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet


dr Dejan Molnar,
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet


prof. dr Aleksandar Đorđević,
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet


prof. dr Biljana Jovanović Gavrilović,
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet


prof. dr Veljko Marinković,
Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet