

**НАСТАВНОМ ВЕЋУ
ВИСОКЕ ПОСЛОВНЕ ШКОЛЕ СТРУКОВНИХ СТУДИЈА У БЛАЦУ**

**ИЗВЕШТАЈ О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА
НА КОНКУРС ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ**

На основу одлуке Наставног већа Високе пословне школе струковних студија у Блацу дана 15.01.2016. године, Одлуком бр. 84/16 од 09.02.2016. године, именована је Комисија за писање реферата за избор 1 (једног) асистента за ужу стручну област Маркетинг, у саставу:

1. др Бојан Коцић, професор струковних студија Високе пословне школе струковних студија -Блаце, председник
2. др Љиљана Арсић, редовни професор Економског факултета у Приштини – Косовској Митровици, члан
3. др Сретко Робаћ, професор струковних студија Високе пословне школе струковних студија -Блаце, члан

На конкурс објављен у дневном листу Данас од 19.01.2016. године, пријавио се кандидат Соња Оклобција.

На основу конкурсног материјала, Комисија подноси следећи

ИЗВЕШТАЈ

1) БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

а) Лични подаци

Соња Оклобција је рођена 1988. године у Нишу, Република Србија.

б) Подаци о досадашњем образовању

Кандидат Соња Оклобција је Основну школу и Гимназију завршила у Нишу.

Филолошки факултет у Београду – смер шпански језик и хиспанске књижевности завршила је 2011. године са просечном оценом у току студија 8,53.

Након дипломирања наставила је даље школовање на мастер студијама, на Универзитету Сингидунум, на Факултету за туристички и хотелијерски менаџмент, смер Business Systems in Tourism & Hospitality и одбранила мастер рад на тему: **"The importance of internet marketing communication in event tourism. Case Study: EXIT festival"** 2014. године са оценом 10.

Кандидат Соња Оклобција је 2014. године уписала докторске академске студије на Универзитету Сингидунум, на Факултету за туристички и хотелијерски менаџмент, на смеру Менаџмент у туризму.

в) Професионална каријера

Први радни однос засновала је 2012. године као професор енглеског и шпанског језика у приватној школи језика. Од 2013. године до 2015. године ради као агент у корисничком центру за шпански и енглески језик у међународној компанији „Сител“.

Радни однос у Високој пословној школи струковних студија у Блацу заснива 2015. године као сарадник у настави за шпански језик и туризам. Ангажована је на вежбама из предмета „Менаџмент туристичких дестинација“ на студијском програму Туризам и „Менаџмент међународне набавке“ на студијском програму Менаџмент и интернационална бизнис администрација. Кандидат је ангажован и на извођењу предмета „Стручна пракса“ на студијском програму Туризам, као и на предмету „Пословни страни језик – Шпански језик“ на студијском програму Туризам.

Знање светских језика: течно говори енглески језик и шпански језик.

Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација): Економија, Маркетинг.

2) ПРЕГЛЕД И МИШЉЕЊЕ О ДОСАДАШЊЕМ НАУЧНОМ И СТРУЧНОМ РАДУ КАНДИДАТА

2.1 Научни радови

Поглавља у монографијама

Научни радови објављени у међународним часописима

Радови објављени у домаћим часописима

1. **Оклобција, С.**, *The role of events in tourism development*, Часопис BizInfo, волумен 6, број 2, стр. 83-97, Висока пословна школа струковних студија, Блаце, 2016.

Радови на међународним конференцијама публиковани у одговарајућим зборницима:

1. Гашић, М., **Оклобција, С.**, Перић, Г., Илић Д., *Financial instruments of the European Union for the development of tourism in rural areas of Serbia*, International Conference „Education, science, economics and technologies“, Management and education, Faculty of Social Sciences, Burgas, 2015.
2. Гашић М., Перић, Г., Ивановић, В., **Оклобција С.**, *Управљање квалитетом руралних туристичких подручја*, ICDQM–2015, 18. Међународна конференција "Управљање квалитетом и поузданошћу", Пријевор, 2015.

3. Прлинчевић, Г., Оклобција, Д., **Оклобција, С.**, *Пословно информатичко усклађивање и серијализација нотације пословних процеса*, XIX Интернационални симпозијум из пројектног менаџмента YUPMA 2015, Зборник радова, стр.188-192, Златибор, 2015.
4. **Оклобција, С.**, *The role and importance of social media in promotion of music festivals*, Међународна научна конференција SYNTHESIS, Универзитет Сингидунум, стр. 583-587, Београд, 2015.

Радови на домаћим конференцијама публиковани у одговарајућим зборницима

2.2 Радови на стицању научних квалификација

1. **Оклобција, С.**, *The importance of internet marketing communication in event tourism. Case study: EXIT festival*, Мастер теза, Универзитет Сингидунум, Београд, 2014.

2.3 Научно-истраживачки пројекти

2.4 Публикације

2.5 Остварени резултати на развоју научно-наставног подмлатка на факултет

2.6 Признања, награде и одликовања за професионални рад:

2.7 Стручни рад (прихваћени или реализовани пројекти, патенти, софтвери, законски текстови и сл.)

3) ПОДАЦИ О ОБЈАВЉЕНИМ РАДОВИМА

Кандидат Соња Оклобција публиковала је 6 радова из области за коју конкурише, и то: 4 рада на интернационалним конференцијама публикованих у целости у зборницима, 1 рад публикован у одговарајућем домаћем часопису, као и 1 рад на стицању научне квалификације.

У радовима је обухваћена тематика референтна за истраживање у изборној научној области кандидата (Економија и маркетинг). Фокус анализе и проучавања односи се на проблематику везану за предмете које кандидат покрива.

THE ROLE OF EVENTS IN TOURISM DEVELOPMENT

Tourism is the act of travel for the purpose of recreation and leisure, and also refers to the provision of services to achieve this goal. As the number of tourists worldwide is rising, so do their expectations and needs for specific experiences. There lays the role of events and their significance in modern tourism. Events are not only one of the most important parts of tourism, but also inseparable part of human society. They are global phenomenon which is gaining greater and greater importance through the event industry. There are a number of

different types of events in the world, and there are more arising every year. Under these circumstances, the key role of success of certain event lies in proper strategic planning. The subject of this paper is to present the roles of events in contemporary tourism and to define their origins, classification, tourist value, impacts and outcomes.

FINANCIAL INSTRUMENTS OF THE EUROPEAN UNION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN RURAL AREAS OF SERBIA

The changes that occur on a global level create favourable circumstances for the development of selective forms of tourism, including rural tourism which is gaining all the more important place. The Republic of Serbia has significant natural and anthropogenic resources bearing in mind that 80% of its territory consists of rural areas where 55% of the total population lives. The main reason for the poor exploitation of these benefits is the lack of financial resources. Strong financial support from the state is essential for the development of this form of tourism, which most contributes to the diversification of the rural economy and the development of multifunctional agriculture. In addition, the accession of Serbia to the European Union is crucial. That is, in every stage (before and after the EU accession) Serbia can use various EU funds and be a partner in numerous projects. The purpose of this study is to analyse the current level of development of rural tourism in Serbia and the European Union and highlight the importance of EU funds in the financing of tourism projects, that is, to show which funds are available to Serbia before and which after its accession to this regional community.

УПРАВЉАЊЕ КВАЛИТЕТОМ РУРАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПОДРУЧЈА

Последњих година XX века рурални туризам бележи константну стопу раста туристичке тражње. Његов циљ је очување руралних средина, заустављање исељавања становништва из оваквих подручја, стварање нових могућности за зараду кроз туристичке услуге и поновно оживљање локалне пољопривреде. Међутим, треба водити рачуна о одрживом развоју руралних подручја, тј. он треба да се темељи на интегралном принципу који подразумева међусобну повезаност и сарадњу свих чинилаца који утичу на развој туризма. Концепт интегрисаног менаџмента квалитета се тек од скора примењује у туристичкој индустрији. Он тежи да у исто време побољша квалитет читавог низа елемената на интегрисан начин унутар саме дестинације. Због тога се све већи број руралних туристичких дестинација окреће овом концепту јер су схватиле да је квалитет постао најзначајнији елемент у пословању туристичке привреде на све ширем глобалном тржишту.

ПОСЛОВНО ИНФОРМАТИЧКО УСКЛАЂИВАЊЕ И СЕРИЈАЛИЗАЦИЈА НОТАЦИЈЕ ПОСЛОВНИХ ПРОЦЕСА

У овом раду указано је на значај коришћења стандардизованих алата за нотацију и размену, или извршавање, пословних процеса. Посебна пажња посвећена је методама за претварање (серијализацију) нотације пословних процеса у облике погодне за информатичку обраду. То пословно-информатичко усклађивање омогућава ефикасно коришћење свих ресурса у циљу постизања пословних циљева у реалном времену.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTION OF MUSIC FESTIVALS

Music festivals are global phenomena which is gaining greater and greater importance through the event industry. There are a number of different types of music festivals in the world and there are more arising every year. Under these circumstances, the key role of success lies in appropriate marketing strategy. Nowadays, the growing popularity of the internet has changed the way people communicate, buy and make decisions and it all caused the reinvention of the traditional marketing strategies. As the world becomes more and more connected, keeping up with developments and trends is essential for marketers trying to reach new audiences, who are more demanding, perceptive and fragmented than ever. Social media marketing provides the marketers with the most important information there is in the marketing industry: the possibility of being completely aware of customers' needs. By being present on the largest social media, marketers are not only able to assess the needs of the customers, but also have easy access to the customers' feedback – the level of their satisfaction or dissatisfaction, as well as the reasons for those opinions. The goal of this paper is to emphasize the importance of social media in modern marketing strategies of music festivals.

THE IMPORTANCE OF INTERNET MARKETING COMMUNICATION IN EVENT TOURISM. CASE STUDY: EXIT FESTIVAL

Event tourism is one the most important parts of modern tourism. As there are number of events arising every day, the key role of their success lies in appropriate marketing strategy. Nowadays the internet has become an essential part of communication with clients and the most powerful promotion instrument available, therefore the promotion of music festivals is based primarily on this medium. This paper shows all the elements of internet marketing and numerous ways in which all of them can be used for promoting events. In addition, this paper shows a detailed study on the significance and the degree of use of internet marketing in case study of EXIT music festival in Novi Sad.

4) МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР

Кандидат Соња Оклобција бави се озбиљно научним и истраживачким радом, посебно проблематиком из области Економије и маркетинга, на шта указују и тема мастер рада.

Високо оцењујемо резултате у ангажовању у развоју наставе и резултате у постигнуте у обезбеђивању резултата педагошког рада.

Оцене њеног педагошког искуства дате су од стране старијих колега у Школи и од студената који су изузетно задовољни.

У протекле две године, у спроведеним анкетама, студенти су педагошки рад кандидата оценили са следећим просечним оценама:


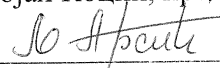
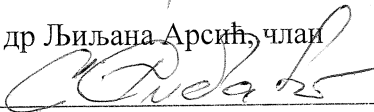
- школска 2014/2015. 4,77
- школска 2015/2016. 5,00

Комисија сматра да на основу до сада публикованих радова, активности и досадашњег рада кандидат Соња Оклобција испуњава све формалне и стварне услове за избор у звање асистента, предвиђене Законом о високом образовању Републике Србије и правилником за избор у звања Високе пословне школе струковних студија у Блацу.

5) ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ

На основу свега напред наведеног, анализирајући и вреднујући резултате научног и истраживачког рада, ангажовање у развоју наставе, педагошког рада, као и оцену резултата постигнутих у обезбеђивању научно-наставног подмлатка, Комисија предлаже Наставном већу Високе пословне школе струковних студија у Блацу да кандидата Соњу Оклобцију изабере у звање асистента за ужу стручну област Маркетинг.

Чланови Комисије

1. 
др Бојан Кочић, председник
2. 
др Љиљана Арсић, члан
3. 
др Сретко Рибач, члан