

Табела. 9.6. Компетентност наставника

Име и презиме		Весна М. Милановић		
Звање		Редовни професор		
Ужа научна односно уметничка област		Маркетинг, односи с јавношћу и комуникације		
Академска каријера				
	Година	Институција	Област	Ужа научна област
Избор у звање	2021.	Пословни и правни факултет Београд – Младеновац, Универзитет „МБ“, Београд; ППФ – Младеновац, Универзитет „Унион-Никола Тесла“, Београд	Економске науке	Маркетинг, односи с јавношћу и комуникације
	2017.			Економија
Докторат	2003.	Економски факултет Београд, Универзитет у Београду	Економске науке	Пословна економија (међународни маркетинг)
Магистратура	1994.	Економски факултет Београд, Универзитет у Београду	Економске науке	Пословна економија (маркетинг)
Диплома	1989.	Економски факултет Београд, Универзитет у Београду	Економске науке	Пословна економија
Списак предмета које наставник држи на докторским студијама				
РБ	Ознака	Назив предмета		
1	НМСП	Напредни маркетинг у савременом пословању		
Најзначајнији радови у складу са захтевима допунских услова стандарда за дато поље (миним.10 не више од 20)				
1.	Milanović, V. (2015). Internal marketing as one of the factors of efficiency of the police organization, In D. Kolaric (ed.) <i>Thematic Conference Proceedings of International Significance Archibald Reiss Days</i> , Vol. 1, 431-439. Belgrade: Academy of Criminalistic and Police Studies, German Foundation for International Legal Cooperation (IRZ). ISBN: 978-86-7020-190-3; ISBN: 978-86-7020-319-8 (Belgrade, 3-4 March 2015) http://nsar.org.rs/sites/default/files/docs/Rajs_2015_Tom_1.pdf#page=447			M14
2.	Njegić, K., Đokić, I., Milanović, V. (2020). Testing MKTOR Scale Properties in Serbian Exporters' Context. <i>Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies</i> , 25(1), 37-46. ISSN: 2406-0658, http://management.fon.bg.ac.rs/index.php/mng/article/view/294/177			M24
3.	Милановић, В., Његић Радосављевић, К. (2019). Утицај интерне комуникације и идентификације запослених с организацијом на мотивацију. <i>Зборник Матице српске за друштвене науке</i> , 70(2/170), 213–227. ISSN: 0352-5732, https://www.maticasrpska.org.rs/stariSajt/casopisi/ZMSDN_170_1.pdf			M24
4.	Милановић, В., Његић (Радосављевић), К. (2019). Утицај вербалне комуникације на задовољење друштвених потреба запослених и улога организационе идентификације. <i>Маркетинг</i> , 50(2), 111-123, ISSN: 0354-3471. http://www.sema.rs/repository/download/marketing-vol-50-no-2.pdf			M51
5.	Милановић, В., Драгичевић Радичевић, (2019). Односи између задовољства комуникацијом, задовољства послом и постигнућа на послу – преглед важнијих емпиријских истраживања од 1970. године. <i>ЦМ – Комуникација и медију</i> (CM: <i>Communication and Media</i>), 14, 46(2), 89-120. ISSN: 2466-5452 http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/CM-%E2%80%93Communication-and-Media-%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%98-46.pdf			M51
6.	Милановић, В. (2018). Важни аспекти односа између задовољства комуникацијом и задовољства послом. <i>Маркетинг</i> , 49(3), 221-232. ISSN: 0354-3471 http://www.sema.rs/repository/download/marketing-vol-49-no-3.pdf			M51
7.	Радосављевић, К., Милановић, В. (2017). Емпиријска веза између маркетиншке оријентације и извозних перформанси предузећа – компаративни преглед постојећих истраживања у периоду 1995-2005 и 2006-2016 година. <i>Мегатренд ревија</i> , 14(3), 165-186. ISSN: 1820-3159 http://www.megatrendreview.naisbitt.edu.rs/files/pdf/SR/Megatrend_Revija_Vol_14_3_2017_web.pdf			M51
8.	Milanović, V., Bučalina, A. (2016). Competitive Strategies of Positioning of Countries in Nanotechnology. <i>The Annals of the Faculty of Economics in Subotica</i> , 52(36), 95-107. ISSN: 0350-2120 https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0350-2120/2016/0350-21201636095M.pdf			M51
9.	Joksimović, D., Cvijanović, D. Milanović, V., Romčević, N. (2014). The analysis of the publications in the most active countries in nanotechnology. <i>Marketing</i> , 45(3), 201-212, ISSN 0354-3471 http://www.sema.rs/repository/download/marketing-vol-45-no-3.pdf			M51

10.	Милановић, В., Бучалина, А. (2014). Развојни аспект концепта – „Животна вредност потрошача“. <i>Маркетинг</i> , 45(2), 113-131. ISSN: 0354-3471 http://www.sema.rs/repository/download/marketing-vol-45-no-2.pdf	M51
11.	Милановић, В., Булут, И. (2013). Регионално и гранско реструктурирање глобалних конкурената. <i>Политичка ревија</i> , 12(1), 145-163. ISSN: 1451-4281 https://www.ips.ac.rs/rs/publications/regionalno-i-gransko-restrukturiranje-globalnih-konkurenata/	M51
12.	Milanović, V., Bučalina, A. (2013). Position of the Countries in Nanotechnology and Global Competitiveness. <i>Management Journal for Theory and Practice</i> , 18, 68(3), 69-79. ISSN: 2406-0658 http://www.management.fon.bg.ac.rs/management/e_management_68_english_08.pdf	M51
13.	Милановић, В., Булут, И. (2012). Позиција региона и земаља на глобалном тржишту кроз призму најуспешнијих компанија. <i>Мегатренд ревија</i> , 9(3), 217-230. ISSN: 1820-3159 http://www.megatrendreview.naisbiit.edu.rs/files/pdf/SR/Megatrend%20Revija%20vol%2009-3-2012.pdf	M51
14.	Njegić, K., Milanović, V. (2018). The relationship between marketing strategy adaptation and export performance: a review of empirical literature between 2003 and 2017. In: Conference Book <i>Employment, Education and Entrepreneurship - EEE 2018, part - Successful implementation of information technology: IT, marketing, education and business working together for business success</i> , 346-373. London: Silver and Smith Publishers (Belgrade, 19-20 October, 2018). ISBN 978-1-9993029-0-0	M33
15.	Golubović, J., Milanović, V., Bučalina Matić, A. (2017). Communication and employees' satisfaction (internal customers). In: Conference proceedings <i>Leadership & management: integrated politics of research and innovations - LIMEN 2017</i> , 248-256. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans, Belgrade, Serbia et al. (Belgrade, December 14, 2014). ISBN 978-86-80194-09-7 https://mediacontent.limen-conference.com/2019/03/388888466-zbornik-limen-2017-final-version.pdf	M33
16.	Milanović, V., Bučalina Matić, A., Bulut, I. (2011). Branding of Historical Banat as a Modern Tourist Destination. In: Conference Proceedings <i>Strengthening the Competitiveness and Economy Bonding of Historical Banat</i> – SCEBB, 59-63. Belgrade: Megatrend University (Vršac, September 28-29, 2011). ISBN 978-86-7747-443-0	M33
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника (Укупно: 45 бодова, категорије М11-М51)		
Укупан број цитата	79 https://scholar.google.com/citations?user=U28gTeJAAAAJ&hl=sr&oi=ao	
Број цитата без ауоцитата, број хетероцитата	35 (од 2013. године 12).	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе	/	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи: 1 – III45003 Пројекат у области интегралних и мултидисциплинарних истраживања „Оптоелектронски нанодимензионални системи – пут ка примени“ (Институт за физику, Београд - Земун) – истраживач из ДХ поља са задатком промоције науке и примењених истраживања у овој области (од 2020. истраживач без финансирања)	Међународни: 0
Усавршавања	/	