

**ФАКУЛТЕТ ЗА ХОТЕЛИЈЕРСТВО И ТУРИЗАМ
УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ**



CURRICULUM VITAE

ОСНОВНИ ПОДАЦИ

Име и презиме	Марија Мандарић
Година и место рођења	20.12.1976. Крагујевац
Звање	асистент
e-mail / web site	mmandaric@kg.ac.rs
Универзитет, факултет, организациона јединица	Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам
Област и ужа специјалност	Маркетинг

СТРУЧНА БИОГРАФИЈА – ДИПЛОМЕ

ОСНОВНЕ СТУДИЈЕ	
Година	2001
Место	Крагујевац
Институција	Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу
Наслов дипломског рада	Акције као инструмент тржишта капитала и облик финансирања предузећа
Област	Финансије
Година	2007
Место	Београд
Институција	Економски факултет, Универзитет у Београду
Наслов тезе	Глобалне димензије електронског пословања у функцији развоја B2B модела маркетинга
Област	Маркетинг

СТРУЧНА БИОГРАФИЈА – ЗВАЊА

Година избора (реизбора)	Наставно-научна звање
2011	асистент

СТРУЧНА БИОГРАФИЈА – УСАВРШАВАЊЕ

Година и трајање	Институција и област
2009, 3 месеца	Универзитет "La Sapienza", Економски факултет, Рим (Маркетинг) Универзитет "Roma 3", Економски факултет, Рим (Маркетинг) Универзитет у Падови, Економски факултет, Падова (Маркетинг) Универзитет у Перуђи, Економски факултет, Перуђа (Маркетинг) Школа за специјалистичке Мастер студије, SDOA, Вјетри Сул Маре (Маркетинг и туризам)
2009, 1 месец	Универзитет за економију и бизнис (Wirtschaft University), Институт за међународни маркетинг и менаџмент, Беч (Маркетинг)

БИОГРАФИЈА (200-400 речи)

Марија Мандарић је рођена 20.12.1976. године у Крагујевцу. Основну школу „Светозар Марковић“, Прву гимназију и основне студије Економског факултета завршила је у Крагујевцу. Дипломски рад из предмета Пословне финансије под насловом *Акције као инструмент тржишта капитала и облик финансирања предузећа* одбранила је са оценом 10. Последипломске студије завршила је на Економском факултету у Београду, смер Менаџмент у трговини, а испите предвиђене наставним планом положила је са просечном оценом 9,55. Магистарски тезу под насловом: *Глобалне димензије електронског пословања у ф-ји развоја Б2Б модела маркетинга* одбранила је 06. фебруара. 2007. године, на Економском факултету у Београду. Веће научних области правно-економских наука, Универзитета у Београду 2009. године дало је сагласност на предлог теме за докторску дисертацију. Докторска теза под насловом *Стратегијски бренд менаџмент као фактор конкурентности компанија* је у фази поступка заказивања термина одбране.

За асистента, за ужу научну област Маркетинг, изабрана је 06.10.2011. године на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу. Марија Мандарић има и вишегодишње искуство рада у привреди и на академским институцијама. Осим магистарског рада, објављено је њених 16 (шеснаест) научних и стручних радова. Области ужег научног интересовања су: маркетинг менаџмент, бренд менаџмент и понашање потрошача. Члан је Српског удружења за маркетинг (СЕМА).

ИНДЕКС НАУЧНЕ КОМПЕТЕНЦИЈЕ (УКУПАН М)	23
ИНДЕКС ЦИТИРАНОСТ НАУЧНИХ РАДОВА (без аутоцитата)	1

РЕЗУЛТАТИ НАУЧНОИСТРАЖИВАЧКОГ РАДА

Монографије, монографске студије, тематски зборници, лескикографске и картографске публикације међународног значаја – М10

Списак резултата М14 Монографска студија/поглавље у књизи М12 или рад у тематском зборнику међународног значаја (4 М)	Број	Укупан М
	1	4
1. Маринковић, В., Сенић, В. и Мандарић, М. (2010). <i>Investigating Drivers of Repurchase and Word-of-mouth: an Empirical Study of Mobile Operators in Serbia</i> . Међународна научна конференција „Савремени изазови у економији, пословању и менаџменту“, Економски факултет у Крагујевцу, децембар, рад је публикован у Зборнику радова под насловом “Contemporary issues in economics, business and management”, стр. 273-282. (ISBN 978-86-6091-018-1)		

Зборници међународних научних скупова – М30

Списак резултата М33 Саопштење са међународног скупа штампано у целини (1 М)	Број	Укупан М
	5	5
1. Коцић, М. и Мандарић, М. (2009). <i>Безбедност и приватност података у функцији заштите потрошача на електронском тржишту</i> . Међународна научна конференција: „Нова законска решења у области заштите потрошача“, Национална организација потрошача Србије и Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 13-14 март 2009., Рад је публикован у Зборнику радова, стр. 27-43. (ISBN 978-86-87485-02-0)		
2. Пасторе, А., Барбароса, К., и Мандарић, М. (2009). <i>Sustainability, Competitiveness and Role of Brand Management during Economic Downturn</i> . Седма међународна научна конференција: “Dealing with		

the global economic crisis by companies and economies”, Мегатренд универзитет, Београд, Рад је публикован у Зборнику радова, стр. 79-90. (ISBN 978-86-7747-377-8)

3. Булут, И. и Мандарић, М. (2012). *Researching the role of social media marketing in contemporary business practices*. XIII Интернационални симпозијум Symorg 2012, Рад је публикован у Електронском зборнику и Књизи апстраката, стр. 200. (ISBN 978-86-7680-254-8, COBISS.SR-ID 191187980)
4. Мандарић, М., Максимовић, Н., Секулић, Д. (2012). *Примена информационе технологије и интернета у промоцији туристичке дестинације и заштита корисника услуга*. Седми научни скуп са међународним учешћем: „Туризам: Изазови и могућности“, Рад је публикован у Зборнику радова, стр. 176-184. (ISBN 987-86-7329-096-6, COBBIS.SR-ID 193323788)
5. Мандарић, М. Булут, И. (2012). *Конкурентност и маркетинг активности у процесу глобализације*. Међународна конференција о друштвеном и технолошком развоју (СТЕД 2012), Бања Лука, Босна и Херцеговина, Зборник радова у штампи.

Часописи националног значаја – М50

Списак резултата М52 Рад у часопису националног значаја (2 М)	Број 1	Укупан М 2
1. Мандарић, М. (2007). Маркетинг и сигурносни аспекти електронског пословања. <i>Маркетинг</i> , 38 (3), стр. 89-97 (ISSN 0354-3471)		

Списак резултата М53 Рад у научном часопису (1 М)	Број 5	Укупан М 5
1. Мандарић, М. (2008). Савремени приступ директном маркетингу на пословном тржишту. <i>Економски хоризонти</i> , 1-2, стр. 91-112. (ISSN 1450-863 X)		
2. Мандарић, М. (2008). Интернет маркетинг на корпоративном порталу. <i>Лидер Директор ЛД</i> , септембар – октобар, стр. 26-33. (ISSN 1820-5453)		
3. Мандарић, М. (2008). Допринос електронског пословања развоју стратегије брендирања. <i>Пословна политика</i> , август – септембар, стр. 51-54. (ISSN 0350-2236)		
4. Коцић, М. и Мандарић, М. (2009). Етички кодекс и правна регулатива као базичне стратегијске детерминанте безбедног е-пословања. <i>Анали Економског факултета у Суботици</i> , 45, стр. 239-249. (ISSN 0350-2120)		
5. Секулић, Д., Милићевић, С., Мандарић, М. (2012). <i>Маркетинг концепт у организацији пословања хотелског предузећа</i> , Туристичко пословање, бр. 10/2012, (ISSN 0354-3099).		

Зборници скупова националног значаја – М60

Списак резултата М63 Саопштење са скупа националног значаја штампано у целини (1 М)	Број 4	Укупан М 4
1. Коцић, М. и Мандарић, М. (2009). <i>Корупција у међународном маркетингу</i> . Међународно саветовање правника на Тари, рад је публикован у Зборнику радова, стр.542-554. (ISBN 978-86-83437-73-3)		
2. Коцић, М. и Мандарић, М. (2009). <i>Утицај концепта одрживог развоја на активирање потенцијала недовољно развијених подручја</i> . Међународна научна конференција: „Одрживи развој неразвијених подручја“, Савез економиста Србије и Државни универзитет у Новом Пазару, рад је публикован у Зборнику радова (ISBN 987-86-86893-15-4), www.np.ac.yu		
3. Булут, И. и Мандарић, М. (2010). <i>Place branding as effective tool for country promotion</i> . Међународна научна конференција: “World and Russia: Regionalization in globalization conditions”, Moskva, Rusija, рад је публикован у Зборнику радова, стр. 100-106. (ISBN 978-5-209-03893-1)		
4. Мандарић, М., Петровић, М. и Секулић Д. (2012). <i>Промоција руралног туризма у функцији привредног развоја</i> . Домаћа научна конференција са међународним учешћем: „Развој компететних људских ресурса за потребе туризма у земљама региона“, Јахорина, Босна и		

Херцеговина, Рад је публикован у Зборнику радова, стр. 195-204. (ISBN 978-9958-0912-0-9, COBISS.BH-ID 19713030).

Магистарске и докторске тезе – М70

Списак резултата М72 Одбрањен магистарски рад (3 М)	Број 1	Укупан М 3
1. Мандарић, М. (2007) <i>Глобалне димензије е-пословања у функцији развоја Б2Б модела маркетинга</i> , Економски факултет, Универзитет у Београду, обим 180.стр.		

РЕЗУЛТАТИ ПЕДАГОШКОГ РАДА

Предавања	Наставни предмети - курсеви	Година/-е
На матичном факултету	1. Предмети из уже научне области Маркетинг	2012-
На другом универзитету (назив и седиште институције)	1. Факултет за пословне студије, Београд: - Понашање потрошача - Односи са јавношћу	2008-2011
	2. Висока пословна школа, Чачак: Финансијски менаџмент	2007-2008

Датум: 23. октобар 2012. године