

ИЗВЕШТАЈ О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА НА КОНКУРС  
ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ ДОЦЕНТА ЗА УЖУ НАУЧНУ ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ

<b>I ПОДАЦИ О КОНКУРСУ, КОМИСИЈИ И КАНДИДАТИМА</b>
<p>1. Одлука о расписивању конкурса, орган и датум доношења одлуке: <b>На основу одлуке број 08-3377 декана Економског факултета Суботица, од 12. октобра 2009. године расписан је конкурс за избор у звање доцента и заснивање радног односа, за научну област МАРКЕТИНГ – на одређено време од 5 (пет) година.</b></p>
<p>2. Датум и место објављивања конкурса: <b>Конкурс је објављен у листу Послови, бр. 333, од 04. новембра 2009. године.</b></p>
<p>3. Број наставника који се бира, звање и назив уже научне области за коју је расписан конкурс <b>Бира се један наставник у звање доцента за ужу научну област Маркетинг</b></p>
<p>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: <b>На 43. седници Изборног већа Економског факултета Суботица, одржаној 12. новембра 2009. године именована је комисија за избор у звање доцента и заснивање радног односа, за научну област Маркетинг – на одређено време од 5 (пет) година.</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>Проф. др Томислав Сударевић, ванредни професор, ужа научна област Маркетинг, изабран 13. јула 2004. године на Економском факултету Суботица.</b></li><li><b>Проф. др Милан Гашовић, ванредни професор, ужа научна област Маркетинг, изабран 13. марта 2008. године на Економском факултету Суботица.</b></li><li><b>Доц. др Саша Вељковић, доцент, ужа научна област Маркетинг, изабран 2007. године на Економском факултету у Београду.</b></li></ol>
<p>5. Пријављени кандидати: <b>Др Дарко Пантелић</b></p>
<b>II БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ О КАНДИДАТИМА</b>
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме: <b>Дарко (Драгослав) Пантелић</b></p>
<p>2. Звање <b>Асистент за ужу научну област Маркетинг</b></p>
<p>3. Датум и место рођења, адреса: <b>18. јула 1973. године, општина Сремска Митровица, Сремска Митровица, Република Србија, Адреса становања: Павла Штоса 5/3, 24000 Суботица</b></p>
<p>4. Установа или предузеће у коме је сада запослен и професионални статус: <b>Економски факултет Суботица, асистент, ужа научна област Маркетинг</b></p>
<p>5. Година уписа и завршетка високог образовања, универзитет, факултет, назив студијског програма (студијска група), просечна оцена током студија и стечени стручни односно академски назив: <b>1992 – 1997. година, Универзитет у Новом Саду, Економски факултет Суботица, смер маркетинг, просечна оцена 9,65; дипломирани економиста.</b></p>
<p>6. Година уписа и завршетка специјалистичких, односно магистарских студија, универзитет, факултет, назив студијског програма, просечна оцена током студија, научна област и стечени академски назив: <b>Магистарске студије: 1997 – 2001. године, Универзитет у Новом Саду, Економски факултет Суботица, студијски програм Маркетинг менаџмент, просечна оцена 9,67; научна област Маркетинг, магистар економских наука.</b></p>

<p><b>Специјалистичке студије: 2004 – 2006. година Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет Нови Сад, студијски програм Пословна психологија, просечна оцена 9,50; дипломирани економиста специјалиста пословне психологије.</b></p>	
7.	<p>Наслов специјалистичког рада, односно магистарске тезе:  <b>Магистарски рад: Систем квалитета у високошколској установи</b></p> <p><b>Специјалистички рад: Ставови о фармацеутским производима у слободној продаји (ОТЦ производи)</b></p>
8.	<p>Универзитет, факултет, назив студијског програма докторских студија, година уписа, научна област и просечна оцена:  <b>Универзитет у Новом Саду, Економски факултет Суботица, докторска дисертација пријављена јуна 2005. године, научна област Маркетинг.</b></p>
9.	<p>Наслов докторске дисертације, година одбране и стечено научно звање:  <b>Специфичности маркетинга фармацеутских производа, 2009. година, доктор економских наука</b></p>
10.	<p>Знање светских језика – наводи: чита, пише, говори, са оценом одлично, врло добро, добро, задовољавајуће:  <b>Енглески језик, чита, пише и говори одлично</b></p>
11.	<p>Професионална оријентација (област, ужа област и уска оријентација):  <b>Економске науке, Маркетинг, Принципи маркетинга, Маркетинг менаџмент</b></p>
12.	<p>Место и трајање специјализација и студијских боравака у иностранству:  <b>IECD Bled, Блед, Словенија, две недеље, мај 2002. године Portland State  ILTIS GmbH, Ротенбург, Р. Немачка, две недеље, септембар 2002. године  Portland State University School of Business Administration, Портланд, Орегон, САД, три месеца, март – јун 2003. год.  Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Мунстер, Немачка, две недеље, децембар 2003. год.  IECD Bled, Блед, Словенија, недељу дана, март 2007. године</b></p>
13.	<p>Кретање у професионалном раду (установа, факултет, универзитет или фирма, трајање запослења и звање – навести сва звања):  <b>ДОО Синком, Сремска Митровица, децембар 1997 – септембар 1998. године.  Асистент приправник за предмет Статистика, на 4 (четири) године, закључен 01. октобра 1998. године.  Асистент приправник за предмет Операциона истраживања, на 4 (четири) године, закључен 16. јуна 1999. године.  Асистент, за предмет Маркетинг, научна област Маркетинг, на 4 (четири) године, закључен 19. априла 2002. године.  Асистент, за научну област Маркетинг, закључен 01. јуна 2006. године, на 3 (три) године.</b></p>
14.	<p>Чланство у стручним и научним асоцијацијама:  <b>Српско удружење за маркетинг СеМА</b></p>
<p><b>Ш НАУЧНО ИСТРАЖИВАЧКИ ОДНОСНО УМЕТНИЧКИ, СТРУЧНИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ ДОПРИНОС</b></p>	
1.	<p>Научне књиге (оригинални наслов, аутори, година издавања и издавач):  а. у ранијем периоду ---  б. у току последњег изборног периода ---</p>
2.	<p>Монографије, посебна поглавља у научним књигама (наслов, аутори, година издавања и издавач):  а. у ранијем периоду ---</p>

<p>b. у току последњег изборног периода  <b>Стеван Васиљев, Љубиша Цветковић, Раде Канцир, Дарко Пантелић; Маркетинг менаџмент, Економски факултет Суботица, Суботица, 2007, 339 стр., ISBN 978-86-7233-142-4. (M45)</b></p>
<p>3. Референце међународног нивоа (публикације у међународним часописима, међународне изложбе и уметнички наступи):</p> <p>a. у ранијем периоду ---</p> <p>b. у току последњег изборног периода ---</p>
<p>4. Референце националног нивоа у другим државама (публикације у страним националним часописима, самосталне или колективне изложбе, уметнички или спортски наступи на билатералном нивоу):</p> <p>a. у ранијем периоду ---</p> <p>b. у току последњег изборног периода ---</p>
<p>5. Референце националног нивоа (публикације у домаћим часописима, самосталне или колективне домаће изложбе и уметнички или спортски наступи у земљи):</p> <p>a. у ранијем периоду</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дарко Пантелић; <b>Нова правила: иновације и тржишта; Стратегијски менаџмент, 4/2005, година X, стр. 83 – 87. (M23)</b></li> <li>2. Дарко Пантелић; Принципи ретромаркетинга; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 11, Суботица, 2004, стр. 75 – 84. (M53)</i></li> <li>3. Томислав Сударевић, Дарко Пантелић; Маркетинг анализа конкурентности домаћих прерађивача органских аграрних производа; <i>Зборник радова IX међународног научног скупа „Технологија, култура и развој“, септембар 2003. године, стр. 147 – 155. (M33)</i></li> <li>4. Дарко Пантелић, Мирко Савић; Квалитет у високошколским установама; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 6, Суботица 2001, стр. 547 – 556. (M53)</i></li> <li>5. Мирко Савић, Дарко Пантелић; Савремена концепција међународне статистике; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 6, Суботица 2001, стр. 557 – 566. (M53)</i></li> <li>6. Дарко Пантелић; Квантитативне методе у дефинисању квалитета као стратешке детерминанте; <i>Стратегијски менаџмент, 3/2001, година V, стр. 82 – 86. (M23)</i></li> <li>7. Дарко Пантелић, Мирко Савић; Примена статистичких метода у маркетинг истраживању; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 5, Суботица 2000, стр. 652 – 657. (M53)</i></li> <li>8. Мирко Савић, Дарко Пантелић; Статистичка основа прогнозирања девизних курсева; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 5, Суботица 2000, стр. 643 – 651. (M53)</i></li> <li>9. Дарко Пантелић, Мирко Савић; Демографски фактори – маркетинг импликације (у сусрет новом миленијуму); <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 4, Суботица 1999, стр. 275 – 284. (M53)</i></li> <li>10. Мирко Савић, Дарко Пантелић; Приказ CBS програма за пословну статистику; <i>Анали Економског факултета у Суботици, број 4, Суботица 1999, стр. 503 – 510. (M53)</i></li> </ol> <p>b. у току последњег изборног периода</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>11. Дарко Пантелић; <b>Marketing Strategy in Pharmaceutical Sector: Flaws and Improvement Possibilities (Experience of Serbian Pharmaceutical Companies), <i>Strategic Management</i>, Vol. 14, No. 3, 2009, str. 42 – 53. (M23)</b></li> <li>12. Дарко Пантелић, Мартон Сакал; <b>Controversial impact of user-oriented interface development principles on loosing control over pharmaceutical products sales and distribution, <i>Management information Systems</i>, Subotica/Bratislava, 2009 (у штампи). (M23)</b></li> <li>13. Дарко Пантелић; <b>Internet as a medium of pharmaceutical companies promotional activities, <i>Management information Systems</i>, Subotica/Bratislava, Vol. 3, No. 2, 2008 (у штампи). (M23)</b></li> <li>14. Мирјана Францешко, Јелена Кајон, Владимир Мухић, Дарко Пантелић; Психолошка типологија продаваца; <i>Маркетинг, година 38, број 1 – 2, пролеће – лето 2007, стр. 29 – 37. (M52)</i></li> </ol>
<p>6. Саопштења на међународним научним скуповима:</p> <p>a. у ранијем периоду</p>

- b. у току последњег изборног периода
15. **Tom Gillpatrick, Van R. Wood, Zsuzsa Deli-Gray, Darko Pantelić, Maja Martinović; An Exploratory Examination of Shopper Functional and Hedonic Value for Selected CPG Products and Retail Formats Across Four Countries, 2009 Cross Cultural Research Conference, Puerto Vallarta, Mexico, December 13-16, 2009 (accepted presentation).**
  16. **Darko Pantelić, Marton Sakal; Attitudes towards OTC Pharmaceuticals (results from empirical research in Republic of Serbia), Challenges for Analysis of the Economy, the Businesses and Social Progress, International Scientific Conference, Szeged, Hungary, November 19 – 21, 2009,**
  17. **Gillpatrick, Tom, Zsuzsa Deli-Gray, Darko Pantelic, Maja Martinovic, A Cross National Examination of the Impact of Social Reference Groups on Perception of Hedonic Value in Shopping Behavior, 15th Annual International Conference on Retailing and Service Science, Zagreb, Croatia, July 12-15th, 2008.**
  18. **Deli-Gray, Zsuzsa, Tom Gillpatrick, Darko Pantelic, Maja Martinovic, The consumer of the 21st century: incorporating hedonic feelings into the purchase decision - the results of a cross cultural empirical research, Korean Academy of Marketing Science Conference, Shanghai, China, March 20-23, 2008.**
  19. **Deli-Gray, Zsuzsa, Darko Pantelic, Mira Murusic, Tom Gillpatrick, "A Cross Cultural Examination of Hedonic Shopping Behaviour," Academy of Marketing 2007 Theory Into Practice Conference; Royal Holloway Conference Centre, Egham, Surrey, UK, July 3rd - 6th, 2007.**

7. Саопштења на домаћим научним скуповима:

- a. у ранијем периоду ---
- b. у току последњег изборног периода ---

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

- a. у ранијем периоду  
**кандидат је у ранијем периоду аутор или први коаутор у десет од укупно десет радова.**
- b. у току последњег изборног периода  
**кандидат је у току последњег избора аутор или први коаутор на три од укупно четири рада.**

9. Учешће у раду жирија на домаћим и страним уметничким изложбама, конкурсима, уметничким и спортским такмичењима и манифестацијама:

- a. у ранијем периоду ---
- b. у току последњег изборног периода ---

10. Уређивање часописа и публикација:

- a. у ранијем периоду ---
- b. у току последњег изборног периода ---

11. Обављање консултантских послова:

- a. у ранијем периоду ---
- b. у току последњег изборног периода ---

12. Индекс компетентности:

- a. у ранијем периоду  
**2(M23) x 4 = 8**  
**1(M33) x 1 = 1**  
**7(M53) x 1 = 7**  
**1(M72) x 3 = 3**

- b. у току последњег изборног периода  
 $3(M23) \times 4 = 12$   
 $5(M34) \times 0,5 = 2,5$   
 $1(M45) \times 1,5 = 1,5$   
 $1(M52) \times 2 = 2$   
 $1(M73) \times 6 = 6$

**УКУПНО у ранијем периоду 19**  
**УКУПНО у току последњег избора 24**  
**СВЕУКУПНО 43**

13. Стручни рад (прихваћени или реализовани пројекти, патенти, законски текстови и сл.):

- a. у ранијем периоду
1. **Регионални план развоја АПВ, Извршно веће Аутономне покрајине Војводине и Немачка организација за техничку сарадњу (GTZ), 2002 – 2003. година.**
  2. **"Маркетинг органских пољопривредних производа у СРЈ", пројекат Основних истраживања Министарства за науку, технологију и развој, 2002.-2005. година.**
  3. **"Екструдирана сојина хранива", пројекат Националног програма биотехнологија и агроиндустрија Министарства за науку, технологију и развој, 2002. – 2005. година.**
  4. **"Нови снек производи на бази језгре конзумног сунцокрета", пројекат Национално програма биотехнологија и агроиндустрија Министарства за науку, технологију и развој, 2002. – 2005. година.**
- b. у току последњег изборног периода ---

14. Признања, награде и одликовања за професионални рад:

- a. у ранијем периоду ---
- b. у току последњег изборног периода ---

15. Остало: ---

#### **IV ПЕДАГОШКА СПОСОБНОСТ И ДОПРИНОС У НАСТАВИ:**

**a. Претходни наставни рад (пре избора у звање наставника):**

1. Назив студијског програма, наставног предмета (модула, курса) година студијског програма и фонд часова:  
**Основне студије, Статистика, студијски план 1994, од 1998 до 2002. године**  
**Основне студије, Маркетинг, студијски план 2001, од 2002 до 2007. године**  
**Основне академске студије, Принципи маркетинга ОАС-161, студијски план 2005. године, 2 x 2 часа.**  
**Основне академске студије, Принципи маркетинга ОАС-161, студијски план 2008. године, 4 x 2 часа.**  
**Дипломске академске студије, Пословно преговарање МАС-462, студијски план 2008. године 2 x 2 часа.**
2. Педагошко искуство:  
**Кандидат је педагошко искуство почео стицати још као студент основних студија 1995. године када је започео извођење вежби на предмету Статистика, у наставном центру Нови Сад у статусу демонстратора. Од 1998. године па до 2001. године кандидат је изводио вежбе из предмета Математика за економисте и Статистика, да би од 2002. године након одбрањеног магистарског рада био изабран у звање асистента за ужу научну област Маркетинг. Током претходних седам година кандидат је изводио вежбе из предмета Маркетинг, Принципи маркетинга, Пословно преговарање, а по позиву је одржао и одређене тематске јединице на**

предмету Маркетинг менаџмент. Током академске 2005/06 и 2006/07 по позиву је држао тематске јединице на предмету Психологија у маркетингу, на Одсеку за психологију, Филозофског факултета у Новом Саду. Посебно ангажовање представља и самостално извођење наставе на Пословној школи, Државног универзитета у Портланду, приликом студијског боравка у САД.

3. Реизборност у звање асистента (од – до, број):  
 Асистент приправник за предмет Статистика, на 4 (четири) године, закључен 01. октобра 1998. године.  
 Асистент приправник за предмет Операциона истраживања, на 4 (четири) године, закључен 16. јуна 1999. године.  
 Асистент, за предмет Маркетинг, научна област Маркетинг, на 4 (четири) године, закључен 19. априла 2002. године.  
 Асистент, за научну област Маркетинг, закључен 01. јуна 2006. године, на одређено време до 01. јуна 2009. године.
4. Одржавање наставе под менторством (обим ангажовања у часовима / по семестру, на предмету, са фондом часова): ---
5. Оцена приступног предавања: ---

#### **б. Садашњи наставни рад (за избор у више звање наставника – ванредни професор и редовни професор)**

1. Назив студијског програма, предмета (модула, курса), година студијског програма и фонд часова (на основним, дипломским односно специјалистичким, магистарским и докторским студијама):
2. Увођење нових области, наставних предмета (модула, курсева):
3. Уџбеници (наслов, аутори, година издавања, издавач):  
**Стеван Васиљев, Љубиша Цветковић, Раде Канцир, Дарко Пантелић; Маркетинг менаџмент, Економски факултет Суботица, Суботица, 2007, 339 стр., ISBN 978-86-7233-142-4.**
4. Увођење нових метода у реализацији наставе и развоју квалитетног материјала за употребу у настави (задатака, демонстрационих огледа, групних радова и сл.): ---
5. Друга дидактичка средства (приручници, скрипте и сл. – наслов, аутор, година издавања, издавач):  
 ---
6. Награде и признања универзитета, педагошких и научних асоцијација: ---
7. Извођење наставе на универзитетима ван земље:  
**Кандидат је самостално изводио наставу на предмету Managing in Emerging Markets, током пролећног семестра 2003. године на School of Business Administration Portland State University у САД.**
8. Мишљење студената о педагошком раду наставника ако је формирано у складу са општим актом Универзитета и факултета: **у прилогу**
9. Остало ---

#### **V РУКОВОЂЕЊЕ – МЕНТОРСТВО У ИЗРАДИ ЗАВРШНИХ РАДОВА**

1. Руковођење – менторство у изради дипломских и специјалистичких радова и магистарских теза (број радова, име и презиме студента, ужа научна област и наслов рада): ---
2. Руковођење – менторство докторских дисертација (број радова, име и презиме докторанта, ужа научна област и наслов дисертације): ---

3. Учешће у комисијама за одбрану дипломских и специјалистичких радова, магистарских теза и докторских дисертација: ---

#### **VI ДОПРИНОС АКАДЕМСКОЈ И ШИРОЈ ЗАЈЕДНИЦИ**

1. Учешће у раду органа и тела факултета и Универзитета:  
**Члан Савета Економског факултета Суботица у периоду 2001 – 2004**
2. Учешће у комисијама за избор наставика и сарадника (навести број): ---
3. Вођење професионалних (струковних) организација: ---
4. Организација, учешће и вођење локалних, регионалних, националних или међународних уметничких и спортских манифестација: ---
5. Учешће у раду одбора, законодавних тела, професионалних организација: ---
6. Израда професионалних експертиза и рецензирање радова и пројеката: ---

#### **VII АНАЛИЗА РАДА КАНДИДАТА (на једној страници куцаног текста):**

Већ више од 11 година на Економском факултету Суботица кандидат др Дарко Пантелић изузетно савесно обавља послове сарадника у настави на различитим предметима. Почетно искуство које је стекао у раду на предметима који су у домену квантитативне економије представља драгоцену основу на коју је кандидат надиоградио знања из пословно-управљачких дисциплина из домена маркетинга. Свакако да је за похвалу и његово ангажовање и завршетак специјалистичких студија из области Пословне психологије, чиме је кандидат допринео ширем обухвату своје стручности у подручју које се бочно везује за матичну област његовог усавршавања – Маркетинг.

Одлично владање енглеским језиком омогућило му је учешће на стручним усавршавањима у Европи и САД. О степену владања материјом из уже научне области Маркетинг на енглеском језику најбоље говори чињеница да му је на задовољство студената и управе Portland State University (Државног Универзитета у Портланду) поверено извођење наставе из једне дисциплине укључујући и испитне обавезе студената.

У обављању својих радних обавеза одликују га тачност, марљивост, отвореност за мишљења других и непрекидна тежња ка достизању виших стандарда квалитета наставе. Часови вежби на дисциплинама Принципи маркетинга и Пословно преговарање су иновативни по свом садржају и начину интерпретације, што је видљиво и из највише оцене којом га је оценио највећи број студената.

Иако ангажован на релативно малом броју пројеката кандидат је испољио високи ниво сарадљивости и коректности у поштовању договорених обавеза и рокова за њихово извршавање, што указује на његову несумњиву спремност за тимски рад.

Осим у настави, кандидат већ пет година успешно исказује своју креативност, као један од водећих учесника, и у идејној и практичној реализацији наступа Економског факултета Суботица на Сајму образовања у Новом Саду, као и дизајну промотивних материјала факултета, укључујући и реализацију нове веб стране Факултета.

У раду са студентима је активан, коректан и са смислом за анимирање студената за учешће у групним радовима. При томе, етика у раду са студентима му је на изузетно високом нивоу.

#### **VIII МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ СВАКОГ КАНДИДАТА ПОЈЕДИНАЧНО на 1/2 странице куцаног текста, са називом звања за које је конкурс расписан:**

Кандидат др Дарко Пантелић, асистент Економског факултета Суботица, научна област

Маркетинг испуњава услове за избор у звање и заснивање радног односа за наставника у звање доцента за ужу научну област Маркетинг према следећим утврђеним одредбама:

- Закона о високом образовању (Сл. Гласник РС“ број 76/2005),
- Статута Економског факултета Суботица,
- Правилника о ближим условима за избор у звање наставника и сарадника.

Кандидат др Дарко Пантелић испуњава услове за избор у звање доцента :

- докторат из научне области маркетинг,
- способност за наставни рад (Прилог бр. 1),
- научне, односно стручне радове објављене у научним часописима или зборницима,
- објављен уџбеник у коауторству, и
- педагошко искуство у реализацији наставе у иностранству.

**НАПОМЕНА:** Потребно је експлицитно навести да ли или не сваки кандидат појединачно испуњава услове за избор у звање.

#### **IX ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР КАНДИДАТА У ОДРЕЂЕНО ЗВАЊЕ НАСТАВНИКА**

На основу укупно изнетих резултата и оцена рада кандидата, комисија констатује да исти испуњава све услове за избор у звање и заснивање радног односа те

#### **ПРЕДЛАЖЕ**

да се др **ДАРКО ПАНТЕЛИЋ** изабере за наставника у звање **ДОЦЕНТА** за ужу научну област **МАРКЕТИНГ**, на период од пет година.

\_\_\_\_\_  
Проф. др Томислав СУДАРЕВИЋ

\_\_\_\_\_  
Проф. др Милан ГАШОВИЋ

\_\_\_\_\_  
Доц. др Саша ВЕЉКОВИЋ

#### **НАПОМЕНА:**

Извештај се пише на образцу, навођењем кратких одговора, са валидним подацима, без непотребног текста.

Разврставање и рангирање радова и индекс компетенције врше се, односно израчунавају према Правилнику о ближим условима за избор у звање наставника Универзитета у Новом Саду и правилника надлежног министарства.

Оцена испуњености услова за избор у звање врши се према Правилнику о ближим условима за избор у звање наставника Универзитета у Новом Саду

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.