

НАУЧНО - НАСТАВНОМ ВИЈЕЋУ ПОЉОПРИВРЕДНОГ ФАКУЛТЕТА СЕНАТУ УНИВЕРЗИТЕТА У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ

Предмет: Извјештај комисије о пријављеним кандидатима за избор у академско звање доцента, ужа научна област **Маркетинг**

Одлуком Научно - наставног вијећа Пољопривредног факултета Универзитета у Источном Сарајеву број: 04-1233/22 од 14.07.2022. године, именовани смо у Комисију за разматрање конкурсног материјала и писање извјештаја о конкурсима, објављеном у дневном листу „Глас Српске“ од 01.06.2022. године, за избор у академско звање **доцента**, ужа научна област **Маркетинг**.

ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

Састав комисије¹ са знаком имена и презимена сваког члана, звања, назив научне области, научног поља и уже научне/умјетничке области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен:

1. Проф. др Момчило Пољић, редовни професор, предсједник

Научна област: Друштвене науке
Научно поље: Економија и пословање
Ужа научна област: Маркетинг
Датум избора у звање: 12.7.2016. године
Универзитет у Источном Сарајеву
Економски факултет Брчко

2. Проф. др Перица Мацура, редовни професор, члан

Научна област Друштвене науке
Научно поље: Економија и пословање
Ужа научна област: Маркетинг
Датум избора у звање: 25.11.2010. године
Универзитет у Бањој Луци,
Економски факултет у Бањој Луци

3. Проф. др Драган Војиновић, ванредни професор, члан

Научна област: Друштвене науке
Научно поље: Економија и пословање
Ужа научна област: Маркетинг
Датум избора у звање: 05.03.2019. године
Универзитет у Источном Сарајеву,
Економски факултет Пале

¹ Комисија се састоји од најмање три наставника из научног или умјетничког поља, од којих је најмање један из уже научне или умјетничке области за коју се бира кандидат. Најмање један члан комисије не може бити у радном односу на Универзитету у Источном Сарајеву, односно мора бити у радном односу на другој високошколској установи. Чланови комисије морају бити у истом или вишем звању од звања у које се кандидат бира и не могу бити у сродству са кандидатом.

На претходно наведени конкурс пријавио се **један (1)** кандидат:

1. Др Недељка Елез

На основу прегледа конкурсне документације, а поштујући Закон о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20), Правилник о условима за избор у научно-наставна, умјетничко-наставна, наставна и сарадничка звања („Службени гласник Републике Српске“, број: 2/22), Статут Универзитета у Источном Сарајеву и Правилник о поступку и условима избора академског особља Универзитета у Источном Сарајеву, Комисија за писање извјештаја о пријављеним кандидатима за изборе у звања, Научно-наставном вијећу **Пољопривредног факултета** и Сенату Универзитета у Источном Сарајеву подноси сљедећи извјештај на даље одлучивање:

ИЗВЈЕШТАЈ

КОМИСИЈЕ О ПРИЈАВЉЕНИМ КАНДИДАТИМА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ

I ПОДАЦИ О КОНКУРСУ
Одлука о расписивању конкурса, орган и датум доношења одлуке
Одлука Сената Универзитета у Источном Сарајеву број 01-С-157-XXXV/22 од 26.05.2022. године
Дневни лист, датум објаве конкурса
„Глас Српске“, 01.06.2022. године
Број кандидата који се бира
Један (1)
Звање и назив уже научне/умјетничке области, за коју је конкурс расписан
Звање: Доцент, Ужа научна област: Маркетинг
Број пријављених кандидата
Један (1)

II ПОДАЦИ О КАНДИДАТИМА
ПРВИ КАНДИДАТ
1. ОСНОВНИ БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ
Име (име једног родитеља) и презиме
Недељка (Невенко) Елез
Датум и мјесто рођења
23.11.1972. Сарајево, Центар
Установе у којима је кандидат био запослен
Основна школа Касиндо (од 1993 до 1994)
Општина Источна Илица (од 1995 до 1996)
Универзитет у Источном Сарајеву, Ректорат (2002 – до данас)
Звања/радна мјеста

Наставник/разредни старјешина Стручни сарадник за смјештај избјеглица Координатор за административну подршку органа управљања Координатор за наставу
Научна област
Друштвене науке
Чланство у научним и стручним организацијама или удружењима
-
2. СТРУЧНА БИОГРАФИЈА, ДИПЛОМЕ И ЗВАЊА
Основне студије/студије првог циклуса
Назив институције, година уписа и завршетка
Економски факултет Универзитета у Источном Сарајеву, упис 1995. године, дипломирала 29.05.2000. године.
Назив студијског програма, излазног модула
Економија, Општа економија
Просјечна оцјена током студија ³ , стечено академско звање
Дипломирани економист
Постдипломске студије/студије другог циклуса
Назив институције, година уписа и завршетка
Економски факултет Универзитета у Источном Сарајеву, упис 2009. године, магистрирала 27.12. 2016. године.
Назив студијског програма, излазног модула
Студијски програм: Економија, смјер: Маркетинг
Просјечна оцјена током студија, стечено академско звање
Магистар економских наука
Наслов магистарског/мастер рада
<i>„Маркетинг функција Универзитета у Источном Сарајеву”</i>
Ужа научна област
Маркетинг
Докторат/студије трећег циклуса
Назив институције, година уписа и завршетка (датум пријаве и одбране дисертације)
Економски факултет Универзитета у Источном Сарајеву пријава јул 2017. год., Одлука Сената о подобности теме и кандидата од 29.6.2018. године, докторирала 18.06.2021. год.
Наслов докторске дисертације
<i>„Улога маркетиншког концепта у обезбјеђивању лојалности корисника услуга високошколских институција”</i>
Ужа научна област, стечено академско звање
Маркетинг, Доктор економских наука
Претходни избори у звања (институција, звање и период)
1.- 2. ⁴ .
3. НАУЧНА/УМЈЕТНИЧКА ДЈЕЛАТНОСТ КАНДИДАТА
Радови прије првог и/или посљедњег избора/реизбора

1.

Ћевриз Нишић В., Елез Н. (2021). Значај друштвених медија за високо образовање у доба ковида, *IX Интернационални научни скуп ЕконБиз – Економија и бизнис, Факултет пословне економије Бијељина.*

Пандемија изазвана вирусом Covid-19 утицала је на све аспекте човјековог живота. Високо образовање није остало поштеђено ових утицаја. Интеракција са студентима добила је другачији облик. Универзитети који од раније нису имали е-учење (E-learning), морали су овај модел учења имплементирати у врло кратком року, док је примјена друштвених медија за ове институције добила на значају. Овај рад приказује употребу друштвених медија у високом образовању као начина информисања студената у вријеме пандемије изазване вирусом и као подршке онлајн учењу на високошколским институцијама. Такође, дат је приказ начина комуницирања и употребе језика на друштвеним мрежама из перспективе студената. У ту сврху обављено је анкетање и интервјуисање студената Универзитета у Источном Сарајеву, како би се дошло до информација о корисности ових медија за вријеме пандемије Covid-19. На важну улогу друштвених медија за социјалну интеракцију студената у вријеме ковида упућују и резултати анкете од 80,4% позитивна одговора. Тиме је потврђена претпоставка како друштвене мреже могу унаприједити комуникацију између универзитета и студената, те омогућити њихову бољу интеракцију у вријеме пандемије вирусом корона, не само информативног него и едукативног карактера.

Елез Н. (2019). Улога маркетинга у оспособљавању непрофитних организација за пословање у савременом добу. *VIII Научна конференција са међународним учешћем Јахорински пословни форум, Економски факултет Пале.*

Још у 70-тим годинама прошлог вијека дошло је до прихватања маркетинг концепта у непрофитном сектору и појаве приватних институција у областима које су до тада пословале искључиво под патронатом државе. Показало се да прихватање маркетинг концепта у непрофитним институцијама може унаприједити функционисање, управљање и постизање мисије и циљева ових институција. Упркос мишљењу да маркетинг није потребан тамо гдје су циљеви опште друштвени, вријеме је показало да ове институције могу побољшати своје пословање и перформансе примјеном маркетинга. Овај рад је показао да су предности од кориштења маркетинга за непрофитне организације бројне, између осталог у сврху квалитетнијег истраживања потреба корисника услуга ових организација, у циљу унапређења њихове сатисфакције али и повећања финансијских и других ресурса потребних за пословање ових организација. Нове технологије, кориштење друштвених мрежа, интернета и свих благодати савременог виртуелног сектора олакшавају и смањују трошкове примјене маркетинга код непрофитних организација. У данашње вријеме непрофитне организације морају размишљати као профитне организације и прихватити тржишни приступ пословања. Планирање, креирање понуде, управљање људским ресурсима, комуницирање и изградња односа са корисницима или аудиторијумом незаобилазан су дио њиховог пословања. Један од закључака у овом раду је да се више пажње обрати на позиционирање маркетинга у организационој структури непрофитних организација, која укључује едуковано особље, односно школоване маркетингере из области маркетинга.

Елез Н., (2017). Acceptance of marketing concept at higher education institutions- student focused approach, *Proceedings of the Faculty of Economics in East Sarajevo, Journal of Economics and business*, Економски факултет Пале .

Услјед смањења броја студената, повећања броја конкурентних високошколских институција као и смањења финансирања универзитета из буџетских средстава, образовним институцијама не преостаје ништа друго до да прихвате маркетинг концепт као водилу у свом пословању. Прихватити концепт усмјерен на студента је полазна основа за суштинску реформу наставе и наставних планова на високошколским институцијама. Маркетинг је значајан за ове институције будући да је задовољство студената на пољу квалитета наставног процеса директно повезано са свим другим перформансама институције. У раду се показало да је рад на стварању позитивног имиџа високошколске институције на свим нивоима дјеловања, те на повећању сатисфакције студената, основни задатак менаџмента, наставног и административног особља и свих запослених на универзитету. У раду је кроз примјере показано да примјена маркетинг инструмената води повећању броја студената на високошколској институцији. С обзиром на специфичност услужних установа, које своју услугу пружају директно купцу, комплетно особље универзитета, а посебно особље које директно комуницира са студентима, мора бити обучено у маркетинг духу са јасним разумијевањем мисије и визије високошколске институције. Прихватање приступа усмјереног ка студенту подразумијева да је студент у првом плану, и да је циљ институције задовољан студент који ће позитивно говорити о универзитету и ширити позитивну пропаганду. Академско особље мора знати да је крајњи циљ наставног рада студент оспособљен за тржиште рада, док административно особље треба да буде професионално, стручно и на услузи својим корисницима.

Елез Н., (2017). Утицај маркетинг инструмената на избор високошколске институције, V *Интернационални научни скуп ЕконБиз – Трендови развоја и промјене у новој економији земаља у транзицији, Зборник радова ЕконБиз*, Факултет пословне економије Бијељина.

У овом раду се говори о утицају маркетинг инструманата на избор високошколске институције, посматрано из угла студената Универзитета у Источном Сарајеву. Ново академско окружење карактеришу радикалне и дисконтинуиране промјене и захтјеви за стварањем нових знања ради стицања предности. Улога маркетинга код ових институција јесте пронаћи најбољу мјеру примјене маркетинг инструмената који ће дати најбоље резултате. Комбинација елемената маркетинг микса мора да буде усклађена са захтевима и потребама корисника који су посебно специфични у овој области. У раду је обављено истраживање са студентима Универзитета. Када је у питању мишљење студената о најбољем начину промоције факултета највећи број студената је навео промоцију током посјете средњој школи и то њих 45,2 %, док је промоцију путем медија изабрало 42,8 % студената. Као одлучујући фактор избора факултета студенти су навели на првом мјесту цијену - висину школарине, и то њих 42,8%, док одмах иза 33,3% заокружених одговора се односило на квалитет образовне установе. Од тога 73,8% студената ставља у први план квалитет наставе док 19% квалитет и компетенције наставног особља. На питање које се односи на вријеме када се студент определијелио за избор факултета највећи број анкетираних студената је навео вријеме након завршетка средње школе и то 45%. На одговор „у четвртном разреду средње школе“ одговорило је 38 % анкетираних, док „остале школске године“ је заокружило 17% студената. Наведени резултати показују значај употребе маркетинг инструмената у овим институцијама.

Елез Н., Грујић Р., Новаковић М., Круљ С., Лазаревић Ј., (2012). Иновирање студијских програма на Универзитету у Источном Сарајеву – одговор на захтјеве тржишта рада, ***Научни скуп Привредне коморе РС „Технолошке иновације – генератор привредног развоја“***, Привредна комора РС, Бања Лука.

Овај рад се бави истраживањем понуде високообразовних институција, и њеним усклађивањем са тржиштем рада. На основу анализе снага и слабости студијских програма Универзитета у Источном Сарајеву закључено је да више пажње треба посветити њиховом иновирању, у складу са потребама тржишта рада, те остварити јаку везу са привредним и друштвеним субјектима и институцијама у којима Универзитет функционише. Рад је показао да познавање потреба на тржишту рада треба да буде полазна основа за креирање понуде студијских програма и креирање уписне политике Универзитета. Управо је ово подручје гдје је примјена маркетинг концепта неопходна. Креирање понуде у складу са потребама тржишта рада али и са потребама студената може бити једино успјешно уз примјену принципа и инструмената маркетинга на овим институцијама. Рад је показао и проблеме са којима се сусрећу ове институције и предложио начине за превазилажење истих.

Лазаревић Ј., Елез Н., Круљ С., (2012). Високошколске библиотеке у времену технолошких иновација, ***Научни скуп Привредне коморе РС „Технолошке иновације – генератор привредног развоја“***, Привредна комора РС, Бања Лука.

Овај рад се бави питањем значаја библиотека за квалитет наставе и наставног процеса високошколских институција. Развој библиотека у складу са развојем комуникационих и информационих технологија неопходан је задатак на овим институцијама. Проширивање библиотечког фонда, праћење трендова у библиотекарству, подстицање студената на што веће коришћење библиотека, осавремењавање електронске базе и повезаност са међународним базама неки су од задатака високошколских библиотека. У конкретном случају предлаже се оснивање Универзитетске библиотеке Универзитета у Источном Сарајеву уз јасно објашњење разлога и потреба за наведеним.

Круљ С., Елез Н., Лазаревић Ј., Трбојевић С., Боковић Д., Новаковић М., (2012). Допринос међународне сарадње развоју иновативних активности на Универзитету, ***Научни скуп Привредне коморе РС „Технолошке иновације – генератор привредног развоја“***. Привредна комора РС, Бања Лука.

Овај рад се бави проблематиком развоја међународне сарадње високошколских институција. Активности међународне и међууниверзитетске сарадње доприносе препознатљивости, конкурентности, развоју ових институција, као и унапређењу научно-истраживачког рада. Посебно се истиче значај мобилности особља и студената, као једног од значајних задатака које намеће Болоњска декларација. Сви ови процеси су постепени али морају бити континуирани. Међународна сарадња универзитета је саставни дио модерног универзитета и она доприноси развоју универзитета али и друштва и средине у коме функционише.

Радови послје последњег избора/реизбора⁵

³ Просјечна оцјена током основних студија и студија првог и другог циклуса наводи се за кандидате који се бирају у звање асистента и вишег асистента.

⁴ Навести све претходне изборе у звања.

⁵ Навести кратак приказ радова и књига (научних књига, монографија или универзитетских уџбеника) релевантних за избор кандидата у академско звање.

4. ОБРАЗОВНА ДЈЕЛАТНОСТ КАНДИДАТА
Образовна дјелатност прије првог и/или /последњег избора/реизбора
Образовна дјелатност после последњег избора/реизбора
Навести све активности (уџбеници и друге образовне публикације, предмети на којима је кандидат ангажован, гостујућа настава, менторство ⁶)
Резултати анкете⁷
Информација о одржаном приступном предавању⁸
Кандидаткиња је дана 08.09.2022. године у 11,15 часова на Пољопривредном факултету Универзитета у Источном Сарајеву одржала предавање из наставног предмета Маркетинг, студијски програм Шумарство, који припада ужој научној области за коју је конкурс расписан, а на задату тему: „Брендирање у шумарству“ пред члановима Комисије коју је именовало ННВ Пољопривредног факултета. Након успјешно одржаног предавања Комисија је једногласно закључила да кандидатиња др Недељка Елез влада материјом повезујући основне постулате маркетинга и његове примјене у пољопривреди и шумарству, да материју излаже јасно и разумљиво, и да посједује све неопходне наставничке способности за извођење наставе на предметима који припадају ужој научној области Маркетинг. Приступно предавање је завршено у 12,00 часова.
5. СТРУЧНА ДЈЕЛАТНОСТ КАНДИДАТА
<p>Навести учешће у НИ пројектима (одобрени и завршени: назив НИ пројекта са ознаком, период реализације, да ли је кандидат руководилац или учесник). Остале стручне дјелатности.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обука научно-наставног особља у оквиру <i>Training and research for Academic Newcomers</i> – Предавач. • Сертификат о учешћу на пројекту Вијећа Европе „<i>Modernising the Management and Governance Capacities of universities in BiH</i>“. • Сертификат о похађању програма едукације из области „<i>public relations</i>“, Conference South-East Europe APRIORI. • Сертификат о учешћу на TEMPUS пројекту „<i>From quality assurance to strategy development</i>“. • Члан тима за израду стратегије Универзитета 2021-2025. • Учесће у Пројекту „<i>Qualification Framework as Platform for the development of learning outcomes based curriculum QFP</i>“. • Учесће у Пројекту „<i>Enhancement of HE research potential contributing to further growth of the WB region</i>“. • Учесће у програму ERASMUS+ program, TAM мисија – признавање професионалних квалификација. • Учесће у изради мастер плана реформе Универзитета у Источном Сарајеву, самоевалуације Универзитета као и изради бројних информатора Универзитета.

6. РЕЗУЛТАТ ИНТЕРВЈУА СА КАНДИДАТИМА⁹

По пријему конкурсне документације Комисија је констатовала да је на конкурс објављен у дневном листу *“Глас Српске“* од 01.06.2022. године пристигла једна уредна, потпуна и благовремена пријава кандидаткиње др Недељке Елез. Интервју са кандидаткињом Комисија је заказала за 08.09.2022. године, на Пољопривредном факултету Универзитета у Источном Сарајеву у 11,00 часова. Интервју је обављен пред два члана Комисије и то: проф. др Момчилом Пољићем и проф. др Драганом Војиновићем. Комисија је са кандидаткињом обавила разговор постављајући јој питања везана за ужу научну област за коју се определијелила. Чланови Комисије разговарали су са кандидаткињом о њеном досадашњем научном и стручном раду. Кандидаткиња је навела да је професионално везана за Универзитет у Источном Сарајеву од 2002. године. Након разговора са кандидаткињом чланови Комисије су закључили да је пријављена кандидаткиња, др Недељка Елез током интервјуа показала завидно познавање, праћење, разумијевање и прихватање савремених трендова у маркетингу, али и препознавање практичне сврхе проучавања наставних предмета из ове уже научне области. Комисија са задовољством закључује да је кандидаткиња у потпуности испунила очекивања Комисије и сматра да је ријеч о изграђеној и компетентној кандидаткињи која посједује научну утемељеност и пуну опредјељеност за универзитетску наставну дјелатност и научна истраживања у научној области за коју је расписан конкурс као и да је ријеч о кандидаткињи која је до сада објавила одређени број научних радова и показала спремност за даље усавршавање и бављење научно наставним и истраживачким радом. Интервју са кандидаткињом је завршен у 11,15 часова.

⁶ Уколико постоје менторства (магистарски/мастер рад или докторска дисертација) навести име и презиме кандидата, факултет, ужу научну област рада.

⁷ Као доказ о резултатима студентске анкете кандидат прилаже сопствене оцјене штампане из базе.

⁸ Кандидат за избор у научно-наставно или умјетничко-наставно звање, који није раније изводио наставу на високошколској установи, дужан је да, пред комисијом коју формира вијеће чланице Универзитета, одржи предавање из области за коју се бира.

⁹ Интервју са кандидатима за изборе у академска звања обавља се у складу са чланом 4а. Правилника о поступку и условима избора академског особља Универзитета у Источном Сарајеву (Интервју подразумијева непосредан усмени разговор који комисија обавља са кандидатима у просторијама факултета/академије. Кандидатима се путем поште доставља позив за интервју у коме се наводи датум, вријеме и мјесто одржавања интервјуа).

III ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ		
<p><u>Експлицитно навести у табели у наставку да ли сваки кандидат испуњава услове за избор у звање или их не испуњава, уз обавезно констатовање да ли се на кандидата односе минимални услови за изборе у звања из Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 73/10, 104/11, 84/12, 108/13, 44/15, 90/16, 31/18, 26/19 и 40/20) или из Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20).</u></p>		
<p>Кандидаткиња др Недељка Елез</p>		
<p>На кандидата се примјењују минимални услови за избор у звање из ¹⁰ <u>Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20).</u></p>		
Минимални услови за избор у звање ¹¹	испуњава/ не испуњава	Навести резултате рада (уколико испуњава)
Научни степен доктора наука у одговарајућој научној области	испуњава	Кандидаткиња је 18.06.2021. године одбранила докторску дисертацију из уже научне области Маркетинг на Економском факултету Пале Универзитета у Источном Сарајеву и стекла научни степен доктора економских наука.
Најмање три научна рада из научне области за коју се бира, објављена у научним часописима и зборницима са рецензијом, од којих је најмање један објављен у научном часопису међународног значаја или научном скупу међународног значаја,	испуњава	Кандидаткиња је објавила седам радова од којих је пет радова из уже научне области из које се бира. Радови су објављени у научним часописима и зборницима са рецензијом Прве и Друге категорије, те научног скупа од међународног значаја.
Показане наставничке способности	испуњава	На основу одржаног приступног предавања, Комисија је једногласно закључила да кандидаткиња посједује све неопходне наставничке способности за извођење наставе на предметима који припадају ужој научној области Маркетинг.
<p>Други кандидат и сваки наредни уколико их има (све поновљено као за првог)</p>		
<p>На кандидата се примјењују минимални услови за избор у звање из <u>Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20).</u></p>		
<p>-</p>		

Приједлог кандидата за избор у академско звање (навести звање, ужу научну/умјетничку област) са образложењем приједлога комисије. Уколико један или више кандидата задовољавају услове за избор у звање према конкурс, комисија мора дати образложење о разлозима доношења своје одлуке, конкретно и јасно.

Имајући у виду приложени конкурсни материјал, одржано приступно предавање, изјаве кандидаткиње Елез током интервјуа, број и квалитет објављених и презентованих научних радова, те цијенећи испуњеност законских и других прописаних услова за избор у академско звање доцент, Комисија са посебним задовољством предлаже Наставно-научном вијећу Пољопривредног факултета Универзитета у Источном Сарајеву и Сенату Универзитета у Источном Сарајеву да кандидаткињу др Недељку Елез изабере у звање доцента на Пољопривредном факултету Универзитета у Источном Сарајеву, а за ужу научну област **Маркетинг.**

Ч Л А Н О В И К О М И С И Ј Е:

- 1. Проф. др Момчило Пољић, редовни професор, ужа научна област Маркетинг, Економски факултет Брчко Универзитета у Источном Сарајеву, председник**

- 2. Проф. др Перица Мацура, редовни професор, ужа научна област Маркетинг, Економски факултет Бања Лука Универзитета у Бањој Луци, члан**

- 3. Проф. др Драган Војиновић, ванредни професор, ужа научна област Маркетинг, Економски факултет Пале Универзитета у Источном Сарајеву, члан**

¹⁰ Навести „Закон о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 73/10, 104/11, 84/12, 108/13, 44/15, 90/16, 31/18, 26/19 и 40/20)“ или „Закон о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20)“, у зависности да ли кандидат користи право на избор по условима који су важали прије ступања на снагу важећег Закона о високом образовању.

¹¹ У зависности у које се звање бира кандидат, навести минимално прописане услове на основу члана 81, 82, 83. и 90. Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 67/20) или на основу члана 77, 78. и 87. Закона о високом образовању („Службени гласник Републике Српске“, број: 73/10, 104/11, 84/12, 108/13, 44/15, 90/16, 31/18, 26/19 и 40/20), односно на основу члана 37, 38. и 39. Правилника о поступку и условима избора академског особља Универзитета у Источном Сарајеву

IV ИЗДВОЈЕНО ЗАКЉУЧНО МИШЉЕЊЕ

Уколико неко од чланова комисије није сагласан са приједлогом о избору дужан је своје издвојено мишљење доставити у писаном облику који чини саставни дио овог извјештаја комисије.

Нема издвојених мишљења.

Мјесто: Источно Сарајево

Датум: 09.09.2022. године