

**Akademik dr Muris Čičić, profesor emeritus
Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
Oblast Marketing**

**Dr Vesna Babić-Hodović, redovni profesore
Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
Oblast Marketing**

**Dr Emir Kurtović, redovni profesor
Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
Oblast Marketing**

Sarajevo, 13. juli 2018.

**VIJEĆU EKONOMSKOG FAKULTETA UNIVERZITETA U SARAJEVU
i
SENATU UNIVERZITETA U SARAJEVU**

Na osnovu Odluke Senata Univerziteta u Sarajevu broj 01-607/18 od 29. 05. 2018. godine, Odluke Vijeća Fakulteta od 14. 05. 2018. godine i Rješenja Dekana broj 02-3664/2018. od 05. 07. 2018. godine, imenovani smo za članove Komisije za pripremu prijedloga i Izvještaja o izboru jednog nastavnika u svim zvanjima, puno radno vrijeme na oblast Marketing, po raspisanom javnom konkursu koji je objavljen u dnevnim novinama „Oslobođenje“ 5. 6. 2018. godine i Internet stranici Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu (www.efsa.unsa.ba). Prema Potvrdi Rukovodioca Službe za pravne i personalne poslove Fakulteta, broj: 07-6-3442/18 od 22. 06. 2018. godine, na objavljeni javni konkurs sa potpunom, blagovremenom dokumentacijom, te usklađenom sa uslovima iz Konkursa, prijavila se jedna kandidatkinja:

- dr Melika Husić-Mehmedović, vanredni profesor

Nakon što smo pregledali dostavljenu relevantnu dokumentaciju, Vijeću Fakulteta i Senatu Univerziteta podnosimo sljedeći

I Z V J E Š T A J

1. BIOGRAFSKI PODACI

Dr. Melika Husić-Mehmedović je rođena 1979. godine u Sarajevu, gdje je završila osnovno i srednjoškolsko obrazovanje, sa izuzetkom od godinu dana boravka u SAD. Studije ekonomskih nauka pohađala je na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu i diplomirala 2002. godine. Tokom studija je pokazala izvanredne rezultate i ostvarila prosječnu ocjenu 9,2. Postdiplomski studij iz oblasti Poslovnog upravljanja (MBA – Master of Business Administration) na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, kandidatkinja je završila u martu 2006. godine, sa prosječnom ocjenom 4,83 (ili 9,77 preračunato u BiH skalu ocjena). Odbranila je magistarski rad na temu „Utjecaj društvenog statusa i čimbenici potrošnje luksuznih proizvoda“. Doktorsku disertaciju na temu „Stil života i luksuzna potrošnja“ kandidatkinja je odbranila 2009. godine na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu. Dio priprema za doktorsku disertaciju je obavila na George Washington University u SAD-u kao stipendista State Department-a.

Kandidatkinja je pohađala i brojne seminare iz oblasti marketinga i menadžmenta kao što su Innovation Management Assessment, Horizon 2020 Workshop, Communication and Presentation skills, Educative Program on writing and managing EU grants, Case teaching/writing workshop HBS method, Creative Leadership Training i mnoge druge.

Od 2002. dr. Melika Husić-Mehmedović je asistent na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu. Izabrana je u zvanje višeg asistenta 2006. godine. Tokom tog perioda bila je angažovana na predmetima „Ponašanje potrošača“, „Marketing komuniciranje“ i „Upravljanje marketingom“. Iskustvo u predavanju je dobila i kroz škole, seminare i radionice kreirane za nastavno osoblje, kao što su Faculty Development Initiative na University of Alberta ili International Management Teachers Academy na Bled School of Management. Završila je ljetnu školu na Wirtschaftsuniversitat u Beču, Austrija i diplomirala je u III generaciji London School of Public Relations (LSPR) u BiH. Studenti su je izabrali tri puta za najboljeg asistenta i jednom za najboljeg nastavnika.

Od 2009. godine dr. Husić-Mehmedović se nalazi u nastavničkom zvanju, prvo docenta, a Odlukom broj 02-2895/12 od 5. 12. 2012. je prijevremeno izabrana u zvanje vanrednog profesora. Predavala je predmete „Ponašanje potrošača“ i „Marketing Menadžment“, te na engleskom jeziku „Consumer Behaviour“ i „Marketing Research“ na I ciklusu studija, i predmete „Analiza ponašanje potrošača“, „Strateško upravljanje marketingom“ i „Public Sector Marketing“ na II ciklusu studija, na BHS i engleskom jeziku. Na III ciklusu studija predavala je samo na engleskom jeziku predmete „Theory of Consumer Behaviour“ i „Contemporary Marketing Issues“. Izabrana je za stalnog gosta nastavnika na Ekonomskom fakultetu, Sveučilišta u Zagrebu.

Od izbora u zvanje vanredni profesor bila je mentor na jednoj doktorskoj disertaciji, predsjednik komisije na tri disertacije i član komisije na dvije disertacije, od kojih je jedna odbranjena na Masaryk University, Faculty of Economics and Administration. Mentor je brojnih diplomskih, te 15 uspješno odbranih magistarskih/završnih radova.

Dr. Melika Husić-Mehmedović je bila uključena u marketing istraživanja na bh-tržištu, obavljala je funkciju voditelja Marketing odjela u Nezavisnoj novinskoj agenciji ONASA Sarajevo od 2002. do 2005. godine, a od 2005. do 2008. godine funkciju voditelja Odjela za odnose s javnošću Ekonomskog fakulteta u Sarajevu. Dr. Husić-Mehmedović je od 2010. do 2014. godine bila član Savjeta za nauku BiH, a na Ekonomskom fakultetu u periodu januar 2010. – septembar 2012. je obavljala funkciju Prodekana za nastavu. Trenutno je Direktorica Centra za interdisciplinarnе studije Univerziteta u Sarajevu, te član ekonomskog savjeta Akademije nauka i umjetnosti BiH.

Od objavljenih radova od izbora u zvanje vanredni profesor, potrebno je posebno izdvojiti knjige „Osnove strateškog marketinga“ i „Marketing luksuznih i modnih proizvoda“, radove objavljene u časopisima koje preta ISI/Web of Science, i to: Journal of Business Research, Social Indicators Research, British Food Journal, Journal of Fashion Marketing and Management, te sedam radova na međunarodnim konferencijama od kojih izdvajamo EMAC i ACR.

Kandidatkinja se aktivno služi engleskim jezikom i vlada kompjuterskim vještinama. Udata je i majka dvoje djece.

2. RADOVI KANDIDATKINJE

Dr. Husić-Mehmedović je u periodu od izbora u vanrednog profesora objavila dva univerzitetska udžbenika, sedam radova u indeksiranim međunarodnim časopisima (među kojima su Journal of Business Reserach, Social Indicators Research, Journal of Fashion Marketing and Management, British Food Journal i drugi), sedam radova na međunarodnim naučnim konferencijama (među kojima su ACR – US Association for Consumer Research i EMAC – European Marketing Academy). Prema Google Scholar pokazateljima, dr. Husić-Mehmedović je najcitiraniji autor na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu sa preko 470 citata.

2.1. Univerzitetski udžbenici¹

1. Husić-Mehmedović M. (2018) Marketing luksuznih i modnih proizvoda, Ekonomski fakultet u Sarajevu, ISBN 978-9958-25-131-3

Knjiga marketing luksuznih i modnih proizvoda je rezultat višegodišnjeg istraživanja ovog aktuelnog tržišta u BiH, regionu i svijetu od strane autorice. Knjiga predstavlja veoma interesantno i korisno štivo, deficitarno na BHS jezicima, i namijenjeno je studentima, istraživača, ali u velikoj mjeri i menadžerima koji se bave atraktivnom modnom industrijom.

2. Husić-Mehmedović M., Pavičić J., Gnjidić V., Drašković N. (2016) Osnove strateškog marketinga – dopunjeno i izmijenjeno BH izdanje, Ekonomski fakultet u Sarajevu, ISBN 978-9958-25-118-4

Univerzitetski udžbenik Osnove strateškog marketinga je rezultat suradnje između Ekonomskog fakulteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, te je namijenjen studentima I i II ciklusa studija na oba fakulteta. Knjiga je ilustrovana brojnim primjerima sa domaćeg i međunarodnog tržišta, te pratećim Internet sadržajima koji uveliko olakšavaju učenje i bolje razumijevanje ove materije.

3. Consumer Behaviour, sa Slavo Kukić i Muris Čičić, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012. godina, ISBN 978-9958-25-068-2

4. „Ponašanje na tržištu lične i organizacione potrošnje“, u *Osnove marketinga*, urednici: Vesna Babić-Hodović, Anto Domazet i Emir Kurtović, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012. godina, ISBN 978-9958-25-067-5

5. „Luxury Consumption in Emerging Markets“, poglavlje u *The Changing Nature of Doing Business in Transition Economies*, urednici: Marinov M. i Marinova S., Palgrave MacMillan, UK, ISBN 978-0-230-51617-5

6. “Social Stratification in a Post-socialist Country“, poglavlje u *International Consumer Behavior: A Mosaic of Eclectic Perspectives- Handbook on International Consumer Behavior*, urednik: Kaufmann, H.R., Access. UK, ISBN 978-0-9562471-3-1

¹ „Boldirani“ su naslovi izdati nakon posljednjeg izbora u zvanje u cijelom izvještaju.

7. Čičić M., Husić M. and Kukić S. (2009) *Ponašanje potrošača*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, ISBN 978-9958-690-54-9
8. Group of authors (2006) chapter in *Principles of Marketing*, Tihi B., Čičić M. and Brkić N., Editors, Ekonomski fakultet u Sarajevu, March 2006, ISBN 9958-605-76-7
9. Čičić M., Brkić N. and Husić M. (2005) chapter "The Prevent Group Investments in Bosnia and Herzegovina", pp. 309-318 in *Medium-Sized Firms and Economic Growth*, New York: Nova Science Publishers, USA, Prasnika, J., Editor, ISBN: 1-59454-253-8
10. Brkić N. and Husić M. (2005) *Etički kodeksi i standardi profesionalnog ponašanja u marketingu i odnosima s javnošću*, editors, Ekonomski fakultet u Sarajevu and Login Public Sarajevo, ISBN 9958-605-63-5
11. Brkić N. and Husić M. (2004) chapter "Public Relations in Bosnia and Herzegovina", pp. 55-69 in *Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, B. van Ruler, D. Verčič, Editors Mouton De Gruyter, Berlin/New York, ISBN 3-11-017611-4 hb i 3-11-017612-2 pb
12. Brkić N. and Husić M. Editors (2003) *Case studies collection in Marketing Communications*, Ekonomski fakultet u Sarajevu

2.2. Univerzitetske publikacije

1. Monografija Ekonomskog fakulteta u Sarajevu povodom obilježavanja 60 godina postojanja, član uredničkog i redakcijskog odbora, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012. godina
2. ECTS 2010 (katalog studija, smjerova i predmeta), urednik, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2010. godina, ISBN 978-9958-25-042-2

2.3. Naučni radovi u indeksiranim časopisima

1. Husić-Mehmedović, M., Omeragić, I., Batagelj, Z., Kolar, T. (2017) Seeing is not necessarily liking: Advancing research on package design with eye-tracking. *Journal of Business Research*, Vol. 80, pp. 145-154, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.04.019> (SSCI Journal Article)

Dr. Husić-Mehmedović se nekoliko godina aktivno bavi izuzetno aktuelnom temom, neuromarketing. Ovaj rad je rezultat intenzivnog istraživanja korištenjem novih metoda, konkretno *eye-tracking* metode, analiza vizuelne pažnje, te njen utjecaj na dizajn pakovanja proizvoda.

2. Husić-Mehmedović, M., Arslanagić-Kalajdžić, M., Kadić-Maglajlić, S., Vajnberger, Z. (2017) Live. Eat. Love: Life equilibrium as a driver of organic food purchase. *British Food Journal*, Vol 119(7), (SSCI Journal Article), <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0343>

Analiza životnog stila potrošača organske hrane je pitanje kojem su posvećena brojna

istraživanja. U ovom radu je analiziran utjecaj „životnog ekvilibrijuma“, tj. balansa između poslovnih i privatnih aktivnosti, na izbor hrane i kupovnih namjera.

- Hassan S., Husić-Mehmedović M., Duverger P. (2015) Retaining the Allure of Luxury Brands during an Economic Downturn: Can brand globalness influence consumer perception?, Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 19 (4), p. 416-429, ISSN: 1361-2026, DOI <http://dx.doi.org/10.1108/JFMM-03-2015-0030>**

Luksuzni brendovi su bili podvrgnuti ispitu istrajnosti tokom posljednje ekonomske recesije. Autori su istraživali razlike između globalnih i lokalnih luksuznih brendova i njihovu otpornost na recesiju.

- Husić-Mehmedović M., Agić E. (2015) Regional Approach to Luxury Market Segmentation: The Case of Western Balkans, International Journal of Management Science and Business Administration, Vol 1(5), p 7-20, ISSN 1849-5419 (Print), ISSN 1849-5664 (Online)**

Potrošači luksuznih proizvoda su interesantna tema za zemlje u razvoju, ali posmatrani region Zapadnog Balkana nije dovoljno velik da bi privukao luksuzne brendove. Autori posmatraju region kao jedinstveno tržište, koje bi moglo biti interesantno investitorima ukoliko ne bi zahtijevalo marketinške modifikacije.

- Husić-Mehmedović M., Čičić M. and Agić E. (2015) Regional Lifestyle Segmentation in Western Balkans, South East European Journal of Economics and Business, Vol 9(2), p 46-53, DOI: 10.2478/jeb-2014-0007**

Analiza životnog stila daje kompletnu sliku kako istraživačima, tako i kompanijama, zato što kombinira demografske i psihografske karakteristike potrošača. Autori posmatraju životni stil regiona Zapadnog Balkana, te daju opis izdvojenih segmenata za buduće targetiranje.

- Šekularac-Ivošević S. and Husić-Mehmedović M. (2014) Marketinški trendovi u pomorskom transport i lukama, Zbornik radova Ekonomski fakultet Univerzitet "Džemal Bijedić", ISSN: 1512-7613, Br. 20, p 23-47**

Marketinške tehnike se jedinstveno primjenjuju i na regulisanim tržištima, te na tržištima od posebnog interesa, kao što su luke i pomorski transport. Luke da bi privukle svoje ciljne skupine moraju zadovoljiti potrebe bolje od svojih konkurenata, te se po istim principima pozicionirati na tržištu.

- Sirgy, M. Joseph, Eda Gurel-Atay, Dave Webb, Muris Cacic, Melika Husic-Mehmedovic, Ahmet Ekici, Andreas Herrmann, Ibrahim Hegazy, Dong-Jin Lee, and J. S. Johar (2013) Is materialism all that bad? Effects on satisfaction with material life, life satisfaction, and economic motivation. Social indicators research Vol. 110(1), pp 349-366, DOI 10.1007/s 11205-011 -9934-2 (SSCI Journal Article)**

U seriji radova koji se bave pitanjem materijalizma i zadovoljstva životom, autori posmatraju kako na potrošače utiče pitanje posjedovanja kod drugih. Da li su potrošači manje zadovoljni svojim postignućima ako znaju da postoje materijalistički oblici koje oni ne posjeduju i ne mogu posjedovati i kako ih to dalje (de)motivira.

8. Sirgy M.J., Gurel-Atay E., Webb D., Čičić M., Husić M., Ekici A., Herrmann A., Hegazy I., Lee D.J., Johar J.S., (2012) Linking Advertising, Materialism, and Life Satisfaction, *Social Indicators Research*, ISSN: 0303-8300, 107:79–101, DOI 10.1007/s11205-011-9829-2 ([SSCI Journal Article](#))
9. Husić-Mehmedović M., Kadić-Maglajlić S. and Arslanagić M. (2011) The influence of the recession on major selection for undergraduate study programme, *African Journal of Business Management*, Vol. 5(22), ISSN 1993-8233, pp. 8990-8996 ([SSCI Journal Article](#))
10. Husić-Mehmedović M., Kadić S., Arslanagić M. and Ljevaković, M. (2011) Trendovi životnog stila na primjeru organske hrane (eng: Lifestyle trends, case of organic food). *Sarajevo Business and Economics Review*, ISSN 1986-5473, Vol. 31, pp. 129-148
11. Gurel-Atay E., Sirgy J., Husić M. and Čičić M. (2010) Influence of Materialism on Life Satisfaction. *Tržište/Market*, ISSN:0353-4790, Vol. 22 Issue 2, p 151-166
12. Husić M. and Čičić M. (2009) Luxury consumption factors, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 13 No. 2, pp. 231 – 245, ISSN: 1361-2026
13. Čičić M., Husić M. and Kadić S. (2008) Political Marketing and Voting Decision Process. *International Journal of Management Cases*, Special Issue from 5th CIRCLE Conference, University of Nicosia, Cyprus, March 2008, ISSN 1741-6264, 10 (3), pp. 43 – 63.
14. Husić M. and Kubinska E. (2005) Primjena AHP metode prilikom izbora najboljeg univerzitetskog profesora, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Sarajevu*, pp. 345-363

2.4. Naučni radovi u zbornicima (konferencije, simpozijumi)

1. **Kadić-Maglajlić, S., Arslanagić-Kalajdžić, M., Vajnberger, Z. (2017) The Role of Equilibrium in Organic Food Purchase. ToSEE - Tourism in Southern and Eastern Europe, 4th International Scientific Conference, Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges, 4 - 6 May 2017, Opatija, Croatia**
2. **Manov N., Husić-Mehmedović M. (2016) The Role of Corporate Image in Higher Education, Third International Conference "The Partnership of Government, Business and Higher Education Institutions in Fostering Economic Development", 10-12 November, Faculty of Economics Brcko, University of East Sarajevo, ISBN tbc**
3. **Misimović N., Husić-Mehmedović M. (2016) Counterfeit Luxury Market in Bosnia and Herzegovina, 8th International Conference ICES 2016, organized by School of Economics and Business in Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Book of Abstracts ISBN tbc**
4. **Bučo N., Husić-Mehmedović M. (2016) Category Captains in Bosnia and Herzegovina, 8th International Conference ICES 2016, organized by School of Economics and Business in Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Book of Abstracts ISBN tbc**

5. **Husić-Mehmedović M., Koštrebić K., Ahlin Č. (2016) Upgrading Traditional Packaging Research with Eye-Tracking Method - The Case of Beer Category Packaging, 7th EMAC Regional Conference, School of Economics and Business in Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-122-1, pp. 71-72**
6. **Ekici A., Webb D., Lee DJ, Gurel-Atay E., Hegazy I., Johar JS, Sirgy J., Husic M. and Cicic M. (2014) What Motivates People to Be Materialistic? Developing a Measure of Instrumental-Terminal Materialism, in NA- Advances in Consumer Research Volume 42, eds. June Cotte and Stacy Wood, Duluth, MN: Association for Consumer Research, Pages: 502-503**
7. **Husić-Mehmedović M. and Agić E. (2014) Regional Approach to Luxury Market Segmentation: The Case of South East European Countries, at the 7th International Conference ICES 2014, organized by School of Economics and Business in Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Book of Abstracts ISBN tbc**
8. Kadić-Maglajlić S., Husić-Mehmedović M., Arslanagić M., Marković S. and Raspor S. (2012) Application of a Modified Dineserv Methodology in Bosnia and Herzegovina; at the EMAC 2012 Conference, , ISCTE Business School, Lisbon, Portugal, May 22-25, ISBN: 978-989-732-004-0, abstract pp. 411
9. Husić-Mehmedović M., Arslanagić M. and Kadić S. (2011) Impact of Reference Groups on the Decision-Making Process in Buying a First Real Estate Property; at the 2nd EMAC Regional Conference, A.I. CUZA University (AICU) of Iași - Romania, 21-23 September, 2011, ISBN 978-973-640-681-2, pp. 128-134
10. Husić M., Arslanagić M., Kadić. S. Čičić M. (2011) Decision making in real estate purchase the case of Bosnia and Herzegovina; at the 9th International Conference: Challenges of Europe: Growth and Competitiveness – Reversing the Trends, organized by Faculty of Economics Split; from 25-28 April 2011, Bol, Brač, Hrvatska
11. Husić M., Kadić S., Arslanagić M. and Poprženović A. (2011) Choosing the Undergraduate Program in the Economic Downturn; at the 5th International Scientific Conference Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turnover, organized by The Department of Economics and Tourism “Dr. Mijo Mirković“, March 24-26, 2011 in Pula, Croatia.
12. Husić M. and Ostapenko N. (2010) Celebrating Recession in Style: The Mainstreaming of Attitudes toward Luxury Consumption in the Balkans and European Russia, Oxford Business and Economics Conference, June 28-30, 2010, Oxford, Great Britain, ISBN: 978-0-9742114-1-9
13. Husić M., Kadić S. and Ninić B. (2010) Fashion Brands and Soccer Fans, at the 5th International Conference An Enterprise Odyssey: From Crisis to Prosperity – Challenges for Government and Business, May 26-29, 2010, Opatija, Croatia
14. Husić M., Kadić S. and Arslanagić M. (2010) Tourists’ Satisfaction with Croatia as a Holiday Destination, at the 20th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry, organized by Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, May

- 06-08, 2010, Opatija, Croatia, Book of Abstracts (pp. 48) + CD (pp. 360-372), ISBN 978-953-6198-78-8.
15. Čičić M. and Husić M. (2009) Lifestyle Identification and Segmentation: And Implications for Regional Cooperation and Prosperity, 34th Annual Macromarketing Seminar, June 3-7, 2009, Kristiansand, Norway
 16. Čičić M., Husić M. and Kadić S. (2008) Political Marketing Campaign for Young Voters, at the 4th International Conference ICES 2008, organized by School of Economics and Business in Sarajevo, October 9-10, 2008, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Book of Abstracts ISBN 978-9958-25-015-6
 17. Vajzović E., Mušović J., Husić M. and Namgalija S. (2008) Uvođenje digitalnog emitovanja TV programa u BiH, VII International Symposium on Telecommunications „BIHTEL 2008“, November 3-5, 2008, Sarajevo
 18. Atal E.G., Sirgy J., Čičić M. and Husić M. (2008) Extending the Research in Relation to Materialism and Life Satisfaction, ACR North American Conference, October 23 - 26, 2008, San Francisco, CA, USA
 19. Čičić, M., Brkić, N., Agić, E., Husić, M. and Berberović, D. (2007) Desirable Outcomes of Graduate Marketing Education: Managers' Point of View, 7th International Conference “Enterprise in Transition”, May 24-26, 2007, Split, Croatia
 20. Brkić N., Husić M. and Kadić S. (2006) Origins of PR Practice and Research in Bosnia and Herzegovina – Case of the School of Economics and Business in Sarajevo, at the International Conference Public Relations – The Art of Effective Communication in Theory and Practice, organized by The Karol Ademiecki University of Economics in Katowice, Poland, September 2006. Book of abstracts ISBN 978-83-7246-806-2
 21. Čičić M., Brkić N., Husić M. and Mešić A. (2006) Sponsorship as Marketing Instrument in BH Companies, 3rd International Conference ICES 2006, organized by School of Economics and Business in Sarajevo, October 11-13, 2006, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
 22. Brkić N., Husić M. and Hromadžić H. (2006) Use of Ethical Behavior Codes and Professional Standards in Internet Advertising: Case of Hotel Industry in Bosnia and Herzegovina, 18th Biennial International Congress „Tourism and Hospitality Industry 2006“, May 03-05, 2006, Opatija, Hrvatska, Proceedings, pp. 59
 23. Čičić M., Brkić N., Agić E. and Husić M. (2005) Marketing Education: Companies' Needs and Students' Motivation, 6th International Conference “Enterprise in Transition”, May 26-28, 2005, Bol, Island Brač, Croatia, Proceedings, pp. 15-18.
 24. Čičić M., Brkić N., Husić M. and Agić E. (2005) The Role of Nationalism in Consumer Ethnocentrism and Animosity in the Post-War Country, 34th EMAC - European Marketing Academy Conference 2005, University of Bocconi, Milan, Italy, May 24-27, 2005, Proceedings, pp. 86. and CD

25. Čičić M., Brkić N. and Husić M. (2004) Tourist Services Quality Delivery Through Internet: Case of Tourist Associations in Bosnia and Herzegovina, 17th Biennial International Congress "Tourism and Hospitality Industry 2004: New Trends in Tourism and Hospitality Management", April 14-16, 2004, Opatija, Hrvatska, Proceedings, pp. 603-626
26. Čičić M., Brkić N. and Husić M. (2003) Slučaj preduzeća Prevent d.o.o. Sarajevo: Slovenačka investicija koja je zaposlila preko 1000 radnika u Bosni i Hercegovini, 5. Slovenačka poslovna konferencija, Srednja podjetja in gospodarska rast, Časnik Finance d.o.o., Ljubljana 2003, pp. 497
27. Čičić M., Brkić N. and Husić M. (2003) Promotivna strategija elektronskih medijskih organizacija: slučaj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini, 5. Međunarodna konferencija "Enterprise in Transition", Faculty of Economics in Split, Tučepi, Croatia, May 2003, pp. 370

2.5. Stručni radovi i interview-i u medijima

Kandidatkinja je gostovala i dala interview-e za više desetina domaćih, ali i međunarodnih medija. Izdvajamo CNN, ABC, Slobodna Evropa, Nova TV, te sve domaće medijske kuće.

2.6. Međunarodni projekti i istraživačke podrške

- 1. Istraživač i administrator za Danube Transnational Programme project titled Women in Business, Project code: DTP2-048-1.2., Juli 2018 – Juli 2020.**
- 2. Ministarstvo civilnih poslova: „Funds for the preparation of the projects EU-FP7 and H2020 for 2017.“**
- 3. Istraživač i administrator za Danube Transnational Programme project titled Excellence in research, social and technological innovation project management (Excellence-in-ReSTI), Project code: DTP1-1-450-1.2, Februar 2017 – Juli 2019.**
- 4. Član konzorcija ispred UNSA za Horizon 2020, Call H2020-EEN-SGA2-2017-1, Improvement of Innovation Management Capacity of SMEs from Bosnia and Herzegovina (FBH) through the Enterprise Europe Network (BITNET-INNOSUP), broj projekta 771015, Mart 2017 – Februar 2019.**
- 5. Član konzorcija ispred UNSA za EUROPEAN COMMISSION, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, COSME Programme, Topic COS-EEN-SGA2-02, Call Identifier COS-EEN-SGA2-2017-1, Type of Action COSME-EEN-SGA, Project title: Business, Innovation and Technology Network (BITNET), project number 770976, Mart 2017 – Februar 2019.**
- 6. „Postcrisis consumption in Slovenia and Bosnia and Herzegovina: dynamics, determinants and marketing implications“; Bilateral cooperation Bosnia and Herzegovina – Slovenia, 2016. i 2017.**
- 7. „Salesperson behavior and performance in SME sin Bosina and Herzegovina and Slovenia“; Bilateral cooperation Bosnia and Herzegovina – Slovenia, 2016. i 2017.**
- 8. Ministarstvo civilnih poslova: „Funds for the preparation of the projects EU-FP7 for 2015.“**
- 9. Aplikacije za Horizon 2020 u 2015.**

10. Influence of the Economic Crisis on the Study Major Selection and Further Education, Federalno ministarstvo obrazovanja, Decembar 2011.
11. Social Class and Luxury Consumption; Federalno ministarstvo obrazovanja, Februar 2008.
12. Survey on TV Viewership, Wealth, Consumption, and Standard of Living, School of Economics and Business in Sarajevo, Fond NIR, 2007.
13. Analyses of web sites' companies in Bosnia and Herzegovina, School of Economics and Business, in Sarajevo, Fond NIR, July 2005.
14. Analyses of sponsorship activities in BH companies, School of Economics and Business in Sarajevo, Fond NIR, July 2005.
15. "Strategy of marketing and promotion of Sarajevo as a part of successful realization of Canton Sarajevo development till 2015." Kantonalno ministarstvo nauke i obrazovanja, 2004.

2.7. Profesionalno iskustvo

- 1. Moderator Business Forum Brčko, Novembar 2017.**
- 2. IMP3rove konsultant – IMP3rove Guide - Adopted the IMP3rove Approach to support small and medium sized enterprises in the IMP3rove Assessment following the pre-standard in Innovation Management Assessment as described in the European CEN Workshop Agreement CWA 15899 and Technical Specification TS 16555-1.**
- 3. Seminar PR i komunikacija za People in Need, Maj 2017.**
- 4. Strategija franchising-a, Benchvertising, Decembar 2016.**
- 5. Workshop: Razvijanje business i marketing plana, Brčko, 2016.**
- 6. Seminar: Razvoj i promocija marke distributera, Phenix pharma, 2016.**
- 7. Seminar: Komunikacijske vještine u javnom sektoru, Brčko, Decembar 2015.**
- 8. Seminar: Vještine komunikacije u prodaju, Grawe osiguranje Sarajevo, Novembar 2015.**
- 9. Seminar: Marketing za poduzetnike, Brčko, Oktobar 2015.**
- 10. Product launch global strategy for mobile App "Content Creator", Maj 2015.**
- 11. Komunikacijska strategija za brend NovaVita, PAK Centar Sarajevo, Decembar 2014.**
12. PR i komunikacijska strategija, The Club Sarajevo, Novembar 2009.
13. Workshop – Odnosi s javnošću i komunikacija, The Club Sarajevo, Novembar 2009.
14. Predavanje za Delta Sigma Pi, George Washington University, April 2009.
15. Predavanja na School of Business and Public Administration, University of the District of
16. Columbia, April 2009.
17. Predavanja Neverbalna komunikacija za TV nastup na School of Communications, George Washington University, Mart 2009.
18. Predavanja Luksuzno brendiranje i Kultura u ponašanju potrošača na Business School, George Washington University, Februar 2009.
19. Poslovna strategija, "Security Agency ALARM WEST" Juni 2008.
20. Govornik na međunarodnoj konferenciji o digitalizaciji medija, Regulatorna agencija za komunikacije, Maj 2008.
21. Poslovna strategija, "Mikrokreditna fondacija PRIZMA" Maj 2008.
22. Analiza imidža farmaceutske kompanije Bosnalijek, Mart 2008.
23. Govornik na Business Case Challenge, WUS, Mart 2008.

24. Analiza tržišta za male oglase u Bosni i Hercegovini, Innovation Medien GmbH, Decembar 2007.
25. Moderator na Maloprodajnom forumu, ICPE, Juni 2007.
26. Govornik na EFMD konferenciji, Barcelona, Spain 2007.
27. Moderator Philip Kotler seminara, Oktobar 2006.
28. Moderator na konferenciji Mystery Shopping, GMS, Septembar, 2006.
29. Istraživanje elektronskih medija za Regulatornu agenciju za komunikacije, Novembar 2004.
30. Istraživanje o doseg u elektronskih medija za Regulatornu agenciju za komunikacije, Novembar 2004.
31. Istraživanje za Bosch Zagreb, Novembar 2004.
32. Analiza TV auditorija za Regulatornu agenciju za komunikacije, Novembar 2004.
33. Istraživanje PR mogućnosti za MAC, UNDP, Maj 2004.
34. Omnibus istraživanje za Gral-Iteo, Slovenia, Larive Bosnia Decembar 2001.
35. Analiza tržišta za Larive Bosnia, 2001

2.8. Organizacija međunarodnih kongresa i skupova

1. Član *Programskog i organizacionog odbora Šeste međunarodne konferencije Ekonomskog fakultet u Sarajevu ICES 2012*, Sarajevo, oktobar 2012.
2. Član *Programskog odbora Pete međunarodne konferencije Ekonomskog fakultet u Sarajevu ICES 2010*, Sarajevo, oktobar 2010.
3. Član *Organizacijskog odbora Četvrte međunarodne konferencije Ekonomskog fakultet u Sarajevu ICES 2008*, Sarajevo, oktobar 2008.
4. Član *Organizacijskog odbora povodom posjete profesora Philip-a Kotler-a*, Sarajevo, oktobar 2006.
5. Član *Organizacijskog odbora Treće međunarodne konferencije Ekonomskog fakultet u Sarajevu ICES 2006*, Sarajevo, oktobar 2006.
6. *TEMPUS Programme – “Unapređenje MBA studija Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, Univerzitet u Sarajevu”*, Administrativni asistent i kontakt osoba sa BH strane. Glavni rukovodilac Projekta: Professor Giuseppe Dutto, Scuola di Amministrazione Aziendale, Università di Torino, Septembar 2003. – Septembar 2006.
7. Član *Organizacionog komiteta za Drugu međunarodnu konferenciju na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu ICES 2003*, Sarajevo, Septembar 2003.
8. Član žirija *“Balkans Case Challenge – Business Case Competition”*, WUS Austria, Sarajevo Office, Sarajevo, decembar 2002. godina
9. Organizacioni komitet za Generalnu skupštinu medija, održanu u Sarajevu u septembru 2000. godine

2.9. Učešće na stručnim konferencijama i skupovima

- 1. IMP3rove - Innovation Management Assessment seminar, 2017.**
- 2. Horizon 2020 Workshop, Technical Assistance on Project Preparation, Sarajevo, Novembar 2014.**
- 3. Educative Program on implementing EU grants, technical regulations and international export standards, SERDA Sarajevo, Novembar 2014.**
- 4. Training the trainers “Communication and Presentation skills”, Maj 2014.**
- 5. Educative Program on writing and managing EU grants, SERDA Sarajevo, April 2014.**

6. **Educative Program in the field of Public Relations, Pro.PR Conference Sarajevo, Mart 2014.**
7. **Case teaching/writing workshop HBS method, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012.**
8. Kent Monroe seminar on pricing, School of Economics and Business in Sarajevo, 2011.
9. Philip Kotler seminar on branding, School of Economics and Business in Sarajevo, 2006.
10. Faculty Development Initiative Workshop, University of Alberta and School of Economics and Business in Sarajevo, Juni 2005.
11. International Management Teachers Academy, Bled, Slovenia, Juni 2005.
12. E-business and e-government, University in Reykjavik, Iceland, Septembar 2004.
13. London School for Public Relations, III generation, Specialist for PR in BH, Februar 2003.
14. Media Plan Institute, School for Media Management, Juni 2002.
15. International Summer School, Wirtschaftsuniversitat in Vienna, Austria, August 2001.
16. Seminar in strategic management: Creative Leadership Training, Pro Systems International/Colorado Technical University, April 2001.
17. Case study competition, BH Business Challenge, WUS (World University Service) Austria, Novembar 2000.

2.10. Mentorstvo

Doktorske teze:

1. **Senka Šekularac, Ph.D.: “Strateški efekti tržišnog pozicioniranja na konkurentnost morskih luka”, Ekonomski fakultet Univerzitet “Džemal Bijedić”, mentor, 2015.**
2. **Amra Čaušević, PhD.: “Analiza utjecaja Sarajevo Film Festivala na turističku percepciju grada Sarajeva”, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Predsjednik komisije, 2017.**
3. **Cornelis G.W. Caspers, MSc.: „The Role of Trust and Time Orientation in Establishing Consumer Social Responsible Behavior in the Water Sector”, Predsjednik komisije, exp. 2018.**
4. **Denis Berberović, MSc.: “Consumer Identity Construction in Marketing: Understanding Symbolic Consumption of the Diaspora Market Segment”, School of Economics and Business, University of Sarajevo, Član komisije, exp. 2018.**
5. **Anida Krajina, MSc.: “Interpretation of online consumer behaviour from the consumer neuroscience perspective- cross generational study”, Masaryk University, Faculty of Economics and Administration, Član komisije, exp. 2018.**

Master teze:

1. **Nejla Manov, MSc: “Corporate Image In Higher Education: the Case of the School of Economics and Business, University Of Sarajevo”, University of Ljubljana and University of Sarajevo, 2017.**
2. **Maja Šenk, MA: “Utjecaj novih medija na kupovne odluke generacije Z”, University of Sarajevo, 2017.**

3. Elvin Kukuljac, MA: "Analiza print oglasa putem eye-tracking metode– primjer kompanije Lactalis" University of Sarajevo, 2017.
4. Senad Kadić, MA: "Influence of e-WOM on purchase decisions", School of Economics and Business in Sarajevo, University of Sarajevo, 2016.
5. Franjo Buntić, MA: "Students' satisfaction at the private higher education institutions", School of Economics and Business in Sarajevo and School of Economics, University "Džemal Bijedić", Sarajevo, 2016.
6. Alma Krilić-Hrapović, MA: „Consumer satisfaction analysis in the health sector“, School of Economics and Business, University of Sarajevo, 2015.
7. Almedina Aganović, MA: „Influence of internal factors on the impulsive consumption“, School of Economics and Business, University of Sarajevo, 2015.
8. Haris Ljubunčić, MA: „Razvoj turizma u Srednjobosanskom kantonu“, Ekonomski fakultet u Sarajevu i Ekonomski fakultet Univerzitet "Džemal Bijedić", Mostar, 2015.
9. Admir Sačić, MA: "Utjecaj novih medija na tradicionalne medije", Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2014.
10. Boris Bukovac, MA: "Stavovi potrošača prema trgovačkoj marki", Ekonomski fakultet u Sarajevu i Ekonomski fakultet Univerzitet "Džemal Bijedić", Mostar, 2014.
11. Amel Džiho, MA: „Unapređenje odnosa sa kupcima primjenom Facebook marketinga“, Ekonomski fakultet u Sarajevu i Ekonomski fakultet Univerzitet "Džemal Bijedić", Mostar, 2013.
12. Alma Krdžalić, MA: „Pregovaračke vještine kao alat prodaje u farmaceutskoj industriji“, School of Economics and Business in Sarajevo, 2013.
13. Adnan Kapidžić, MA: „Stavovi studenata i javnosti o kvaliteti sistema visokog obrazovanja“, School of Economics and Business in Sarajevo, 2013.
14. Enis Eminović, MA, „The impact of the country's image on attracting foreign direct investment: the case of Bosnia and Herzegovina“, School of Economics and Business in Sarajevo and Faculty of Economics in Ljubljana, 2013.
15. Edina Trnka, MA, "Etička pitanja djeteta kao potrošača", Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012.
16. MSc Lejla Šurković, "Importance and role of the image and emotional branding in successful brand development", School of Economics and Business in Sarajevo, 2012.
17. MSc Mešić Adis, "Sports marketing challenges in Bosnia and Herzegovina – Marketing plan of the soccer club Sarajevo", School of Economics and Business in Sarajevo, 2011.

3. PEDAGOŠKI RAD

Kandidatkinja dr. Melika Husić-Mehmedović je bila asistent na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta u Sarajevu od oktobra 2002. godine, a od oktobra 2009. nastavnik u zvanju docenta. Kao asistent bila je angažirana na predmetima Ponašanje potrošača, Marketing komuniciranje i Upravljanje marketingom. Kao docent predavala je predmete „Ponašanje potrošača“ i „Marketing Menadžment“, te na engleskom jeziku „Consumer Behaviour“ i „Marketing Research“ na I ciklusu studija, i predmete „Ponašanje potrošača“, „Upravljanje marketingom“ i „Public Sector Marketing“ na II ciklusu studija. U tom periodu, kandidatkinja je stekla zavidno iskustvo u pedagoškom radu sa studentima što je rezultiralo slijedećim nagradama:

1. Najbolje ocjenjeni asistent na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu u zimskom semestru školske 2002/2003. godine, prema zvaničnoj anketi studenata Ekonomskog fakulteta u Sarajevu
2. Najbolje ocjenjeni asistent na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu u ljetnom semestru školske 2002/2003. godine, prema zvaničnoj anketi studenata Ekonomskog fakulteta u Sarajevu
3. Najbolje ocjenjeni asistent na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu u ljetnom semestru školske 2003/2004. godine, prema zvaničnoj anketi studenata Ekonomskog fakulteta u Sarajevu
4. Najbolje ocjenjeni nastavnik na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu u zimskom semestru na III godini studija školske 2009/2010. godine, prema zvaničnoj anketi studenata Ekonomskog fakulteta u Sarajevu

Od izbora u zvanje vanredni profesor bila je mentor brojnih diplomskih, te 15 uspješno odbranih magistarskih/završnih radova. Kao predsjednik ili član komisije učestvovala je u desetinama magistarskih/završnih i diplomskih radova. Od posljednjeg izbora bila je mentor doktorske teze kandidatkinje dr. Senke Šekularac-Ivošević na temu "Strateški efekti tržišnog pozicioniranja na konkurentnost morskih luka", odbranjene 2015. godine na Ekonomskom fakultetu Univerziteta "Džemal Bijedić".

Iskustvo u predavanju je dobila i kroz škole, seminare i radionice kreirane za nastavno osoblje, kao što su Faculty Development Initiative na University of Alberta ili International Management Teachers Academy na Bled School of Management. Dr. Melika Husić-Mehmedović je jedan semestar provela u Sjedinjenim Američkim Državama, na univerzitetu George Washington gdje je sa mentorima unaprjeđivala svoje nastavne i pedagoške vještine i znanja, te razvijala nastavni materijal za buduća predavanja. Bila je stipendista američkog State Department-a na programu Young Faculty Development Program.

Kao dokaz pedagoških i nastavnih sposobnosti svjedoče i brojne nagrade koje su osvojili studenti pod mentorstvom dr. Husić-Mehmedović. Tri puta su osvojene nagrade na međunarodnim takmičenjima International Advertising Association, te prvo mjesto na takmičenju organiziranom od strane European Union Police Mission.

4. MIŠLJENJE I PRIJEDLOG

Uvidom u dokumentaciju koju je dr. Melika Husić-Mehmedović, vanredni profesor Ekonomskog fakulteta u Sarajevu dostavila uz prijavu na Konkurs, Komisija konstatuje da je:

- Kandidatkinja dr. Melika Husić-Mehmedović Odlukom broj 02-2895/12 od 5. 12. 2012. godine izabrana u zvanje vanrednog profesora. U ovom zvanju je provela šest godina, te ispunila sve potrebne uslove za redovni izbor u više zvanje prema Zakonu o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo (Sl. novine Kantona Sarajevo, broj 33/17).
- Kandidatkinja je uz prijavu priložila sve potrebne dokumente za izbor u zvanje redovni profesor koji su predviđeni Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo i Statutom Univerziteta u Sarajevu.
- Na osnovu uvida u dostavljene dokumente kandidatkinje dr. Melike Husić-Mehmedović, Komisija je konstatovala da kandidatkinja ispunjava sve uslove za izbor nastavnika u zvanju redovni profesor.

Pored prethodno navedenih formalnih uslova ispunjavanja Konkursa članovi Komisije posebno ističu da kandidatkinja dr. Melika Husić-Mehmedović ima izuzetno bogato iskustvo u nastavnom procesu u njenom šesnaestogodišnjem radu na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu. Izvođenjem nastave, učestvovanjem u svim oblicima nastavnog procesa, inoviranjem nastavnih i pedagoških metoda i svojom ljudskim kvalitetima i odnosu prema studentima, kandidatkinja je značajno doprinijela obrazovanju naših studenata, te kreiranju stručnjaka iz oblasti Marketinga.

Kandidatkinja u svojim naučnim radovima obrađuje niz relevantnih pitanja iz oblasti Marketinga, te veoma aktuelne istraživačke teme. Pitanje luksuznih brendova i specifičnosti potrošača luksuznih proizvoda jeste oblast kojom se kandidatkinja dugo godina već bavi i njeni radovi su postali obavezna literatura za druge istraživače. Samo jedan od njenih radova na ovu temu ima oko 300 citata. Druga oblast koju dr. Husić-Mehmedović istražuje jeste neuromarketing. Nove metode koje objedinjuju neuro-istraživanja i njihova aplikaciju za bolje razumijevanju potrošača je izuzetno atraktivna oblast, ali i zahtjevna. Objavljeni radovi kandidatkinje, njena učešća na međunarodnim naučnim i stručnim skupovima, naučno-istraživački projekti u kojima je učestvovala, te ukupna citiranost ovih radova to potvrđuju.

Na osnovu prethodno izloženih relevantnih činjenica koje se odnose na rezultate postignute u nastavnom, pedagoškom, naučnom i istraživačkom radu, kao i na osnovu dugogodišnjeg poznavanja i vrlo uspješne saradnje sa kandidatkinjom, Komisija konstatuje i jedinstvena je u mišljenju da kandidatkinja dr. Melika Husić-Mehmedović ispunjava sve uslove predviđene Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo i Statutom Univerziteta u Sarajevu za izbor u zvanje redovni profesor na oblast **MARKETING** u punom radnom vremenu.

Komisija, sa zadovoljstvom, predlaže Vijeću Ekonomskog fakulteta u Sarajevu da

DR. MELIKU HUSIĆ-MEHMEDOVIĆ

izabere u zvanje REDOVNI PROFESOR na oblast „MARKETING“, puno radno vrijeme.

Sarajevo, 13. juli 2018. godine

ČLANOVI KOMISIJE:

1. Akademik Prof. dr. Muris Čičić

2. Prof. dr. Vesna Babić-Hodović

3. Prof. dr. Emir Kurtović
