

Babić-Hodović dr. Vesna, redovni profesor
Ekonomski fakultet u Sarajevu

Kurtović dr. Emir, redovni profesor
Ekonomski fakultet u Sarajevu

Husić-Mehmedović dr. Melika, redovni profesor
Ekonomski fakultet u Sarajevu

EKONOMSKI FAKULTET
UNIVERZITETA U SARAJEVU
SARAJEVO

Primljeno: 24.08.2020			
Org. jed	Br. u j.	Prilog	Vrijednost
02	-3776	/	20

Sarajevo, 25. jula 2020. godine

VIJEĆU EKONOMSKOG FAKULTETA UNIVERZITETA U SARAJEVU

Na osnovu Zakona o visokom obrazovanju, Pravila Univerziteta u Sarajevu, Pravila Ekonomskog fakulteta u Sarajevu i Odluke Vijeća Ekonomskog fakulteta u Sarajevu 02-2209/2020 od 12. 05. 2020. godine i Oduke Senata Univerziteta u Sarajevu 01-11-05/20 od 12.05. 2020. raspisan je konkurs za izbor jednog nastavnika u zvanju redovni profesor, puno radno vrijeme, na Oblast Marketing. Na konkurs, koji je objavljen 02. 06. 2020. godine u dnevnom listu „Oslobođenje“, prijavio se jedan kandidat **prof. dr. Emir Agić** navodeći u prijavi da se prijavljuje za (prijevremeni) izbor u zvanju redovnog profesora.

Komisija za pripremu prijedloga i izvještaja, imenovana rješenjem 02-3149/2020 od 07. 07. 2020. godine, je detaljno pregledala prijavu. Nakon detaljnog pregleda prijave i priloga uz prijavu kandidata primljenih uz potvrdu od Službe za pravne i personalne poslove broj: 07-6-2886/20 od 18. 06. 2020. godine, konstatovano da je kandidat predao prijavu i sve potrebne priloge u skladu sa sadržajem Konkursa i Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo (Sl. novine Kantona Sarajevo, broj 33/17).

Komisija je izvršila pregled prijave, dokumentacije i objavljenih radova, te na osnovu izvršenog uvida u profesionalne i pedagoške aktivnosti kandidata, podnosi Nastavno-naučnom vijeću Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu slijedeći:

I Z V J E Š T A J

1. BIOGRAFIJA

Dr. Emir (Ahmed) Agić je rođen 22. 02. 1977. godine u Rogatici gdje je završio osnovnu školu. Mješovitu srednju ekonomsku školu završio je u Zenici. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, smjer Marketing, u septembru 2000. godine. U toku studiranja bio je dobitnik priznanja i poklon paketa knjiga izdavačke kuće "Mate" Zagreb za najbolje studente Ekonomskog fakulteta u Sarajevu koje je uručeno 1997. godine.

U januaru 2007. godine uspješno je odbranio magistarski rad pod naslovom „Upotreba conjoint analize u istraživanju marketinga: Teoretske postavke i praktični aspekti” na postdiplomskom studiju Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu. Ovaj rad je na takmičenju u organizaciji Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu nagrađen i proglašen najboljim magistarskim radom iz oblasti marketinga u 2007. godini. Doktorsku disertaciju pod nazivom “Strateške orijentacije preduzeća i njihov uticaj na poslovne performanse”, odbranio je 2010. godine na istom fakultetu. Odbranom doktorske disertacije kandidat je stekao zvanje doktora ekonomskih nauka.

U proteklom periodu kandidat je pohađao razne specijalističke kurseve i seminare u BiH i inostranstvu, između ostalih i "Regression Analysis for Policy Research" (USAID i Urban Institute, Sarajevo), "EDEN Doctoral Seminar on Research Methods in Marketing" (Tilburg University, Holandija), "International Summer University, MBA Course: Global Management" (Wirtschaftsuniversität Wien, Austrija), "Credit Management Systems" (USAID i KPMG/Barents Group, Sarajevo), itd.

Po završetku dodiplomskog studija, u periodu od aprila do juna 2001. godine, bio je zaposlen u Whitefield Computers d.o.o., Sarajevo kao referent u sektoru nabavke. Od septembra 2001. godine pa do marta 2002. godine obavio je pripravnički staž u UPI Banci d.d. Sarajevo, filijala Zenica. U tom periodu, također radi kao vanjski saradnik na predmetu Marketing na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu.

Od marta 2002. godine kandidat počinje raditi puno radno vrijeme na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu u svojstvu asistenta, a od 2007. godine kao viši asistent na Katedri za marketing. U zvanje docenta na oblast Marketing, izabran je 2010. godine, a u zvanje vanrednog profesora izabran je 2015. godine. Ugovor o radu za poziciju vanrednog profesora je potpisao 08. 10. 2015. godine, te je od tog datuma do danas u kontinuitetu angažovan na nastavi.

U periodu od 2001. godine do danas učestvovao je u izvođenju različitih domaćih i međunarodnih istraživačkih projekata, kako stručnih tako i naučnih. Lista istraživačkih radova od posljednjeg izbora je data u nastavku teksta Izvještaja.

U proteklom periodu kandidat je bio recenzent radova u više časopisa, a neki od njih su: *Journal Market/Tržište* (Ekonomski fakultet u Zagrebu); *Sarajevo Business and Economics Review* (Ekonomski fakultet u Sarajevu), *South East European Journal of Economics and Business* (Ekonomski fakultet u Sarajevu), *European Journal of Marketing* (Emerald Publishing Limited).

Kandidat aktivno koristi engleski jezik, što je vidljivo iz činjenice da predaje na predmetima na kojima se nastava odvija na engleskom jeziku, kao i iz certifikata o uspješno završenim kursevima iz

engleskog jezika (Intermediate i Upper Intermediate) koji odgovaraju nivou B2 i C1 poznavanja navedenog jezika. Pored ovoga, kandidat odlično poznaje rad na računaru što uključuje i rad sa više vrsta aplikativnih softvera kao i programa za statističku analizu podataka (SPSS, Stata, Mplus, Amos i sl.).

Kao specifično radno iskustvo kandidat je naveo iskustvo u web redakciji Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu u periodu od 2004. do 2009. godine, kao i organizaciju međunarodnog skupa u saradnji sa Institutom Svjetske banke u periodu od 25. 11. 2003. do 28. 01. 2004. godine. Kandidat posjeduje vozačku dozvolu B kategorije.

2. NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI RAD¹

Kandidat je autor ili koautor brojnih naučnih radova objavljenih u časopisima sa međunarodno priznatom recenzijom i u zbornicima radova sa međunarodnih konferencija. Autor je i nekoliko knjiga, poglavlja, priloga i priručnika i jednog poglavlja u knjizi sa međunarodnom recenzijom. Tokom rada na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, kao autor i koautor, dr. Emir Agić objavio je ukupno 3 knjige, 4 poglavlja, 2 priručnika i 50 naučnih radova. U periodu od proteklog izbora do danas (2015.- 2020.), kandidat je objavio 2 knjige i 13 naučnih radova u časopisima i zbornicima radova s konferencija. Svi naučni radovi su objavljeni u priznatim publikacijama koje se nalaze u relevantnim naučnim bazama podataka, od čega je 8 naučnih radova indeksirano u citatnim bazama Scopus (Elsevier) i Web of Science (Clarivate Analytics).

2.1. Knjige, istraživačke monografije i poglavlja u knjigama

1. Agić, E. (2018). *Marketing analitika 1: Osnovne metode statističke analize sa primjenom u Stati*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 978-9958-25-136-8, Udžbenik.*
2. Agić, E., (2018). *Marketing analitika 2: Napredne metode statističke analize sa primjenom u Stati*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 978-9958-25-137-5, Udžbenik.*
3. Alić, A., Agić, E. Peštek, A. (2013), Effects of Risk-Related Purchasing Factors on Private Label Quality Perceptions in Bosnia and Herzegovina, Urednici: Renko, S. and Knežević, B., *Challenges for the Trade in Central and Southeast Europe*, Izdavač: Emerald Group Publishing Limited, ISSN: 1876-066X, ISBN: 978-1781-90-832-7
4. Agić, E. (2011). *Strateške orijentacije preduzeća i njihov uticaj na poslovne performanse: determinate, mjerenje i empirijska analiza*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 978-9958-25-061-3, Naučna monografija

¹ Sa simbolom * su označene knjige i radovi objavljeni nakon izbora u zvanje vanrednog profesora.

5. Agić, E., Backović, E. (2011). Cijene, Urednici: Domazet, A., Babić-Hodović, V., Kurtović, E., *Osnove marketinga*, IV izdanje, Izdavač: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
6. Agić, E., Šestić, M. (2006). Marketing aritmetika, Urednici: Tihi, B., Čičić, M., Brkić, N., *Marketing*, III izdanje, Izdavač: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 9958-605-76-7
7. Agić, E., Husić, M. (2006), *Marketing*, III izdanje, Urednici: Tihi, B., Čičić, M., Brkić, N., Rječnik marketinga, Izdavač: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 9958-605-76-7
8. Agić, E., Selimović, J. (2006). *Priručnik za učenje pomoću slučajeva*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, ISBN: 9958-605-85-6, Priručnik
9. Hadžibegović, Z., Brkić, N., Agić, E. (2005). *Prilozi za pedagoško-andragošku praksu na univerzitetu*, Urednici: Grupa autora, Primjer silabusa iz ekonomske grupe predmeta (prilog u poglavlju "Silabus nastavnog predmeta"), Izdavač: ACTR/ACCELS

2.2. Naučni radovi u indeksiranim časopisima

1. Činjurević, M., Agić, E., Pašić, A. (2020). A Latent Class Analysis of 'Good' Citizenship Forms Among Youth In Bosnia and Herzegovina, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-18, <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1771746> (Web of Science, Scopus, EBSCO, ProQuest)*
2. Alić, A., Činjurević, M., Agić, E. (2020). The role of brand image in consumer-brand relationships: similarities and differences between national and private label brands, *Management & Marketing*, (15), 1-16, DOI: <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0001> (Web of Science, Scopus, EBSCO, ProQuest)*
3. Turulja, L., Agić, E., Veselinović, Lj., Pasic- (2020). Entrepreneurial intention of students in Bosnia and Herzegovina: what type of support matters?, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-20, DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1730216> (Web of Science, Scopus, EBSCO, ProQuest)*
4. Turulja, L., Agić, E., Veselinović, Lj. (2020). Motivation of the Youth of Bosnia and Herzegovina to start a Business: Examining Aspects of Education and Social and Political Engagement, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-21, DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1706602> (Web of Science, Scopus, EBSCO, ProQuest)*

14. Babic-Hodovic, V., Mehic, E., Agic, E. (2010). Do FDI patterns differ between manufacturing and service sector in CEE countries, *Journal of US-China Public Administration*, 11-25, DOI: DOI:10.17265/1548-6591/2010.03.002
15. Babić-Hodović, V., Mehić, E., Agić, E. (2009). Influence of Quantitative and Qualitative Factors of Banking Sector Development on Economic Growth in South East European Countries, *Interdisciplinary Management Research*, 683–693 (EBSCO)
16. Emir, K., Emir, A., Pašić, M. (2008). Eksplorativno Istraživanje Stavova Potrošača Prema Marketingu i Konzumerizmu U Bosni I Hercegovini, *Sarajevo Business & Economics Review (Zbornik Radova)*, (28), 270–289 (EBSCO)
17. Kurtović, E., Čičić, M., Agić, E. (2008). Primjena conjoint analize u proučavanju potražnje za MP3 playerima na tržištu Bosne i Hercegovine, *Market-Tržište*, (20), 25-36 (EBSCO)
18. Domazet, A., Agić, E. (2005). Mjerenje tržišne orijentacije preduzeća u Bosni i Hercegovini po osnovu uključenosti u izvozne operacije, *Sarajevo Business & Economics Review (Zbornik Radova, ISSN: 0581-7439)*, (25), 9-22
19. Agic, E., Halilbasic, M. (2004). Međunarodna konkurentnost Bosne i Hercegovine, *Sarajevo Business & Economics Review (Zbornik Radova, ISSN: 0581-7439)*, (24)

2.3. Naučni radovi u zbornicima radova sa međunarodnih konferencija

1. **Alic, A., Cinjarevic, M., Agic (2018). All You Need Is Love! The Role of Brand Personality in Generating Feelings of Love toward a Brand. Conference Proceedings: International Conference of School of Economics and Business in Sarajevo, ISBN: 9789958605376, pp. 46-58 (EBSCO Business Source Ultimate).***
2. **Činjarević, M., Alić, A., Agić, E. (2018). Consumer preferences for retailer brands: effects of brand attitudes, image, and quality, 9th International Conference „An Enterprise Odyssey: Managing Change to Achieve Quality Development“, International Conference Proceedings. 522-529.***
3. **Alic, A., Cinjarevic, M., Agic, E. (2016). Which Creates the Bigger “Halo Effect” in Private Branding: Store Image or Retail Service Quality?. 8th International Conference of the School of Economics and Business Sarajwevo, 14 October 2016, Sarajevo, Conference Proceedings: International Conference at School of Economics and Business in Sarajevo (ICES), p. 1-2. ISBN: 9789958605376.***
4. **Alić, A., Činjarević, M., Agić E. (2016). Greasing the Wheels of Retailer Brand Purchases: Effects of Brand Associations and Brand Preference. At the 7th EMAC CEE Regional Conference Where the East Kisses the West, September 14-16, 2016, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, book of Abstracts, pp. 58-59. ISBN 978-9958-25-122-1.***

5. Čutura, M., Agić E. (2016). **Sub-Cultural Differences in Country and Product Evaluations in the Multicultural Setting of Bosnia and Herzegovina. At the 7th EMAC CEE Regional Conference Where the East Kisses the West, September 14-16, 2016, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, book of Abstracts, pp. 58-59. ISBN 978-9958-25-122-1.***
6. Čutura, M., Čičić, M. Agić, E. (2014). Exploring the influence of national pride on consumers' orientation towards domestic products, 5th EMAC Regional Conference – Marketing Theory Challenges in Emerging Markets, University of Economics in Katowice, Katowice, Poland, September 26-26, Proceedings, p. 49-57. ISBN 978-83-7875-210-3
7. Husić-Mehmedović, M., Agić, E. (2014). Regional Approach to Luxury Market Segmentation: The Case of South East European Countries, 7th International Conference ICES 2014, School of Economics and Business Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, October 13-14, 2014. pp. 245-255. ISBN 978-9958-25-093-4
8. Alić, A., Činjurević, M., i Agić, E. (2014). Profiling store brand consumers in Federation of Bosnia and Herzegovina, 7th International Conference ICES 2014, School of Economics and Business Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, October 13-14, 2014. 978-9958-25-093-4
9. Agić, E., Alić, A. (2013). Komparativna analiza lojalnosti potrošača proizvođačkim markama i marki maloprodavača, Trade perspectives 2013: Odnosi u lancima opskrbe, Proceedings of the international conference, Faculty of Economics and Business Zagreb, Croatia, November 20-21, 2013, pp. 242-264. ISBN: 978-953-6025-81-7.
10. Agić, E., Činjurević, M., Alić, A. (2013). Mobile Phone Users Segmentation via Latent Class Analysis: A Case of Youth Market in Bosnia and Herzegovina, 23rd CROMAR CONGRESS: MARKETING IN A DYNAMIC ENVIRONMENT - ACADEMIC AND PRACTICAL INSIGHTS, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, University of Rijeka, Croatia, October 24-26, 2013, p.1. ISBN: 978-953-7842-16-1.
11. Halilbašić, M., Agić, E. (2013). Convergence of Local Government Units in Bosnia and Herzegovina, In: Internacionalna naučna konferencija „Lokalni ekonomski i infrastrukturni razvoj SEE u procesu pridruživanja EU“, ANU BiH, Posebna izdanja, Knjiga CLIII, Odjeljenje društvenih nauka, knjiga 3, Sarajevo, Septembar 20-21, 2013.
12. Alić, A., Domazet, D., Agić, E. (2012). The impact of the brand equity of the private labels on the consumer's purchase intentions: A conceptual approach, In: EBES 2012 Istanbul Conference Program and Abstract Book, conference proceedings: EBES 2012 Istanbul, Turkey, May 24-26, str. 163-179. ISBN: 978-605-6109-5-8.

13. Agić, E, Alić, A., Peštek, A., Sendić, R. (2012). Privatne marke kao faktor razvoja suvremene trgovine: Utjecaj faktora rizika kupovine na percepciju kvaliteta privatnih marki u Bosni i Hercegovini, Trade perspectives 2012, Trade in the context of sustainable development, Proceedings of the international conference, Zagreb, Croatia, Novembar 21-22, 2012, p. 14. ISBN 978-953-6025-62-6
14. Kurtović, E., Čičić, M., Agić, E. (2010). Competitive Positioning Strategies Of Companies In Bosnia And Herzegovina And Their Effect On Business Performance, Fifth International Conference „Economic Development Perspectives of SEE Region in the Global Recession Context – ICES2010, October, 2010, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-015-6, COBISS.BH-ID 16892422
15. Babić-Hodović, V., Mehić E., Agić E., Jašić, A. (2010). Market orientation and business performance of BiH enterprises in domestic and foreign-owned, Proceedings of 6th International Strategic Management Conference, International University of Beykent University, Gebze Institute of Technology, Canakkale 18 Mart University, July 9-10, 2010.
16. Čulahović, B., Mehić, E., Agić, E., Selimović, J. (2009). The impact of institutional quality development on foreign direct investment inflows: evidence of the manufacturing sector in SEE countries, 6th INTERNATIONAL RESEARCH/EXPERT CONFERENCE WITH PARTICIPATION “QUALITY 2009”, Neumu 04. do 07. juna 2009.
17. Agić, E. (2009). Economic performance and the role of the qualitative development in the banking sector in South-East European countries, EBES 2009 Conference, Istanbul, juni 2009. (Rad je prihvaćen za objavljivanje u Abstract book te je predložen za review process za objavljivanje u žurnalu Emerging Markets Finance and Trade (EMFT) koji je indeksiran u Social Science Citation Index), koautor
18. Babic-Hodovic, V., Mehic, E., Agic, E., Resic, E. (2009). Influence of quantitative and qualitative factors of banking sector development on economic growth in South East European countries" International Conference Interdisciplinary Management Research, Poreč, Hrvatska, 8–10. maj 2009. (Proceedings je indeksiran u: Thomson ISI, Repec, EconPapers).
19. Agić, E., Kurtović, E (2008). Research into consumers' preferences in the mineral water market in Bosnia and Herzegovina using conjoint analysis, Fourth International Conference „Transitional Challenges of EU Integration and Globalization“ – ICES 2008, October 9-10, 2008, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-015-6, COBISS.BH-ID 16892422.
20. Culahovic, B., Mehic, E., Agic, E., (2008). Location determinants of MNE activity in the manufacturing industry in south east europe countries, Fourth International Conference „Transitional Challenges of EU Integration and Globalization“ – ICES

2008, October 9-10, 2008, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-015-6, COBISS.BH-ID 16892422.

21. Brkić, N., Agić, E., Avdić, S., (2008). Tourism Destination Image as Perceived by Tourists: Case of Canton Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, Fourth International Conference „Transitional Challenges of EU Integration and Globalization“ – ICES 2008, October 9-10, 2008, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-015-6, COBISS.BH-ID 16892422.
22. Babic-Hodovic, V., Mehic, E., Agic, E., Resic, E. (2008). Influence of quantitative and qualitative factors of banking sector development on economic growth in CEE countries, Fourth International Conference „Transitional Challenges of EU Integration and Globalization“ – ICES 2008, October 9-10, 2008, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, ISBN 978-9958-25-015-6, COBISS.BH-ID 16892422 (with dr Vesna Babi-Hodovic, mr Eldin Mehic and mr Emina Resic)
23. Mehić, E., Babić-Hodović, V., Agić, E., Kramo, A. (2008). Banking Sector's Efficiency Influence on Economic Growth in CEE Countries, YIRCoBS '08 Yeditepe International Research Conference on Business Strategies, June 13 - 15, 2008, Istanbul, Turkey.
24. Cicic, M., Brkic, N., Husic, M., Agic, E., Berberovic, D. (2007). Desirable Outcomes of Graduate Marketing Education: Managers' Point of View, 7th International Conference "Enterprise in Transition", May 24-26, 2007, Bol, Island Brac, Croatia, Proceedings Book of Extended Abstracts + CD with full papers, pp. 143-146, UDK 339 (063); ISSN 1846-2618.
25. Brkic, N., Agic, E., Begic, K. (2006). To What Extent are Insurance Companies in Bosnia and Herzegovina Marketing Oriented", International Conference ICES 2006 "From Transition to Sustainable Development: The Path to European Integration", 12-13 October, 2006, Sarajevo, Book of Extended Abstracts + CD, ISBN 9958-605-89-9, ISBN 9958-605-90-2 (CD), COBISS.BH-ID 15254790, pp. 264-267.
26. Cicic, M., Brkic, N., Agic, E., Mesanovic E., Subasic, Z. (2006). How to Position a Bank Through Image Factors: Correspondence Analysis of BH Banks' Image, 3rd International Conference "An Enterprise Odyssey: Integration or Disintegration", June 15-17th, 2006, Zagreb, Croatia, Book of Abstracts + CD, ISBN broj 953-6025-18-3, CD ISBN: 953-6025-17-5, p. 229-230.
27. Čičić, M., Brkić, N., Agić, E., Husić, M. (2005). Marketing Education: Companies' Needs and Students' Motivation, 6th International Conference "Enterprise in Transition", May 26-28, 2005, Bol, Island Brac, Croatia, Proceedings, pp. 15-18, ISBN 953-6024-70-5, UDK 339 (063)
28. Cicic M., Brkic, N., Husic, M., Agic, 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, p. 86.

29. Halilbasic, M., Agic, E. (2004). International Competitiveness of Bosnia and Herzegovina: Macroeconomic Reform, Necessary but not Sufficient Condition for Sustained Economic growth, 4th European Doctoral Seminar (EDS), 16-19th September 2004, Sarajevo, Seminar Volume pp. 213-230.
30. Cicic, M., Brkic, N., Agic, E. (2004). Bank Selection Criteria Employed by Students in an Southeastern European Country: An Empirical Analysis of Potential Market Segments' Preferences", ANZMAC 2004, 29 November – 1 December 2004, New Zealand, Book of Abstracts and CD with Full Papers, p. 56, ISBN for the proceedings programme and abstracts 0-475-12214-3.
31. Cicic, M., Brkic, N., Agic, E. (2004). How Students Choose a Bank in Bosnia and Herzegovina: Empirical Analysis of Bank Selection Criteria“, 2nd International Conference “An Enterprise Odyssey: Building Competitive Advantage, June 17-19th, 2004, Zagreb, Croatia, Proceedings, pp. 234-235., IBN 953-6025-10-8; UDK 65.012(063).

2.4. Učešće u naučno-istraživačkim i stručnim projektima (od posljednjeg izbora)

1. Procjena potreba za vještinama softverske industrije u Bosni i Hercegovini, Ekonomski institut/UNDP BiH, august 2019. –
2. Identification and analysis of factors influencing adoption of digital banking, VoCare d.o.o. i Raiffeisen Bank Bosna i Hercegovina, 2019.
3. Analysis of banks image by using perceptual mapping, VoCare d.o.o. i Raiffeisen Bank Bosna i Hercegovina, 2017.
4. Anketiranje korisnika u vozilima KJKP GRAS d.o.o. Sarajevo u svrhu utvrđivanja kategorija korisnika usluga javnog prevoza putnika, Ministarstvo saobraćaja Kantona Sarajevo, septembar 2017 - oktobar 2017.
5. Izrada metodologije za određivanje cijena socijalnih usluga u Federaciji BiH, Ekonomski institut Sarajevo, USAID/SGIP, Oktobar 2016 – Januar 2017.
6. Procjena biznis okruženja u odabranim lokalnim zajednicama sa područja sjeverozapadne Bosne“ u sklopu projekta općinskog okolišnog i ekonomskog upravljanja (MEG), Ekonomski institut/UNDP BiH, Oktobar 2015 - Decembar 2015.
7. Support to Federal Employment services in designing methodology of labour market research in Federation of B&H, Youth Employment Project Phase II, GOPA Gesellschaft fuer Organisation, Planung und Ausbildung mbH Predstavništvo u BiH, Oktobar 2015 - Novembar 2015.

3. NASTAVNIČKE SPOSOBNOSTI

U svom dosadašnjem radu **prof. dr. Emir Agić**, kao asistent, viši asistent, docent i vanredni profesor, je sudjelovao u realizaciji nastavnog procesa na svim ciklusima studija i to na sljedećim predmetima: Marketing (Ciklus: I, 2001-2017), Marketing menadžment (Ciklus: I, 2010-2020), Upravljanje cijenama (Ciklus: I, 2012-2020), Price Management (EPAS akreditirani program Marketing Management na engleskom jeziku, Ciklus: I, 2012-2020), Marketing analitika (Ciklus: II, 2010-2019), Marketing Analytics (Ciklus: II engleski jezik, 2015-2020), Upravljanje cijenama (studij Marketing menadžment koji se realizuje u saradnji sa Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu Ciklus: II, 2016-2020), B2B marketing (Ciklus: I, 2010-2011), Istraživanje marketinga (Ciklus: I, 2009), Primijenjeno istraživanje marketinga (Ciklus: III, 2013), Strateško upravljanje marketingom (Ciklus: II, 2019).

Od izbora u zvanje vanrednog profesora kandidat dr. Emir Agić je bio mentor na jednoj uspješno odbranjenoj doktorskoj disertaciji i 4 uspješno odbranjena master rada na II ciklusu. Pored navedenog, kandidat je član i aktivan sudionik u radu Vijeća dokorskog studija na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu.

Kandidat posjeduje nekoliko certifikata o uspješnom završetku seminara ili projekata vezanih za usavršavanje nastavničkih i pedagoških vještina kao što su: "Faculty Development Initiative" (realiziran u saradnji sa University of Alberta, Canada), "International Management Teachers Academy: Faculty Development Program" (Bled School of Management, Slovenija) i „Uspješna uloga asistenta u univerzitetskoj nastavi (Prirodno-matematički fakultet Sarajevo).

Na osnovu dostavljene dokumentacije kao i navedenog, konstatujemo da je kroz rad sa studentima kandidat stekao zavidno iskustvo u nastavničkom i pedagoškom radu, te ispunio uvjete za izbor u pogledu mentorisanja kandidata II i III ciklusa studija.

4. MIŠLJENJE I PRIJEDLOG KOMISIJE

Uvidom u dokumentaciju koju je kandidat dostavio uz prijavu na Konkurs, Komisija konstatuje da su uz prijavu priloženi svi potrebni dokumenti za izbor u nastavno zvanje (**redovni profesor**) koji su predviđeni Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo, Pravilima Univerziteta u Sarajevu i Pravilima Ekonomskog fakulteta u Sarajevu. Nadalje, Komisija konstatuje da kandidat prof. dr. Emir Agić ispunjavaju formalne uslove za prijevremeni izbor u zvanje redovni profesor a prema Zakonu o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo (Sl. novine Kantona Sarajevo, broj 33/17), a koji se ogledaju u:

- Minimalno 3 godine provedene u zvanju vanrednog profesora,

- Da je od propisanih najmanje osam naučnih radova objavljenih u priznatim publikacijama koje se nalaze u relevantnim naučnim bazama podataka, dodatno objavio najmanje pet naučnih radova u citatnim bazama podataka.
- najmanje dvije objavljene knjige,
- originalni stručni uspjeh kao što je projekt, patent ili originalni metod,
- uspješno mentorstvo najmanje jednog kandidata za stepen drugog ciklusa studija i trećeg ciklusa studija.

Na osnovu prethodno izloženih relevantnih činjenica koje se odnose na rezultate postignute u naučno-istraživačkom i nastavno-pedagoškom radu, Komisija konstatuje i jedinstvena je u mišljenju da kandidat prof. dr. Emir Agić ispunjava apsolutno sve uslove predviđene Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo, Pravilima Univerziteta u Sarajevu i Pravilima Ekonomskog fakulteta u Sarajevu za izbor u zvanje **redovni profesor iz oblasti MARKETING**, u punom radnom vremenu.

Izvođenjem nastave, učestvovanjem u svim oblicima nastavnog procesa, snažnom orijentacijom na istraživački rad, inoviranjem nastavnih i pedagoških metoda, te svojom ljudskim kvalitetima prije svega, kandidat će značajno doprinijeti obrazovanju studenata iz oblasti Marketinga. Shodno navedenom, Komisija, sa zadovoljstvom, predlaže Nastavno-naučnom vijeću Ekonomskog fakulteta u Sarajevu i Senatu Univerziteta u Sarajevu da izabere

DR EMIRA AGIĆA

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

ČLANOVI KOMISIJE:

1. Prof. dr. Vesna Babić-Hodović, predsjednik

2. Prof. dr. Emir Kurtović, član

3. Prof. dr. Melika Husić-Mehmedović, član
