

**Akademik Čičić dr Muris, redovni profesor**  
**Ekonomski fakultet u Sarajevu**

**Husić-Mehmedović dr Melika, vanredni profesor**  
**Ekonomski fakultet u Sarajevu**

**Peštek dr Almir, vanredni profesor**  
**Ekonomski fakultet u Sarajevu**

**Sarajevo, 22. novembar 2017. godine**

### **VIJEĆE 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 02-4458/2017 od 12. 9. 2017. godine i Oduke Senata Univerziteta u Sarajevu 01-5987/17 od 29. 9. 2017. raspisan je konkurs za izbor jednog nastavnika na Oblast Marketing, u svim zvanjima sa punim radnim vremenom. Na konkurs, koji je objavljen u dnevnom listu „Oslobodjenje“ 13. 10. 2017. godine, prijavila se jedna kandidatkinja **doc. dr Selma Kadić-Maglajlić** navodeći u prijavi da se prijavljuje za (prijevremeni) izbor u zvanju vanrednog profesora.

Komisija za pripremu prijedloga i izvještaja, imenovana rješenjem 02-5968/2017 od 07. 11. 2017., je detaljno pregledala prijavu. Nakon detaljnog pregleda prijave i priloga uz prijavu kandidatkinje primljenih uz potvrdu od Službe za pravne i personalne poslove broj: 07-6-5791/17 od 31. 10. 2017. godine, konstatovano da je kandidatkinja predala 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 kandidatkinje, podnosi Nastavno-naučnom vijeću Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu slijedeći:

# I Z V J E Š T A J

## 1. BIOGRAFIJA

**Dr Selma (Muhamed) Kadić-Maglajlić** rođena je u Mostar 1984. godine. U zvanje docenta na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu izabrana je 2014. godine. Radi se o kandidatkinji koja je u životnoj dobi od 33 godina objavila 31 članak u časopisima koji prate relevantne međunarodne baze podataka. Od tog 31 članka, čak 13 se nalaze u Web o Science bazi podataka, dok je od tih 13, **čak 9 objavljeno u periodu od posljednjeg izbora u zvanje docenta (u periodu 2014-2017.)**, te su svi objavljeni u časopisima koji imaju impact factor između 2.10 - 2.40.

Osnovnu i srednju školu završila je u Sarajevu. Ekonomski fakultet u Sarajevu, smjer Marketing, je završila je u oktobru 2007. godine. Tokom studija, pohađala je razne specijalističke kurseve i seminare kako u BiH tako i inostranstvu. Po završetku dodiplomskog studija zapošljava se u kompaniji ASA PVA doo kao stručni saradnik za marketing za Volkswagen i Audi. Krajem 2008. godine zapošljava se na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu, kao stručni saradnik u Centru za međunarodnu suradnju. Godine 2008., je unaprijeđena te postala Rukovodilac Centra za razvoj karijere studenata. Godine 2009. postaje član Katedre za marketing Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, u zvanju asistenta.

Postdiplomski studija iz oblasti Poslovnog upravljanja (MBA – Master of Business Administration) upisala je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu 2009., koji je uspješno završila 2010., sa prosječnom ocjenom 4,9 (od 1-5) kao jedna od najboljih studentica u generaciji. Obranila je magistarski rad na temu „Unaprijeđenje učinkovitosti osobne prodaje stvaranjem atmosfere na prodajnom mjestu“. Kompletan magistarski studij bio je sponzoriran od strane Evropske komisije – kroz Basileus program. Viši asistent na Katedri za Marketing Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu postala je 2011. godine. komuniciranje“.

Doktorski studij, na engleskom jeziku, upisuje na Ekonomskom fakultetu u Univerziteta u Ljubljani 2010. godine, opet kroz stipendiju Evropske komisije - Basileus. Doktorirala je na temi: "The role of moral judgment and emotional intelligence in salesperson behavior and performance", na Ekonomskom fakultet Univerzitet Ljubljani, 2013. Njen doktorski rad je nagrađen za metodološku i praktičnu izvrsnost od strane Univerziteta u Manhajmu i prof. dr. Christian Homburga, jednog od najcitiranijih istraživača u oblasti prodaje. Također, dobitnica je stipendije British Scholarship Trust kao i Inovativna Schema. U zvanje docenta na Katedri za Marketing Ekonomskog fakulteta u Sarajevu izabrana je 2014. godine, od kada je samostalno predavala predmete kao što su Marketing, Strateško upravljanje marketingom, E-marketing, Poslovno komuniciranje, Marketing neprofitnih organizacija.

Izuzetno dobro poznaje rad na računaru i koristi sve popularne operativne sisteme uz poznavanje i rad sa više vrsta aplikativnih softvera kao i statističkih programa (LISREL, SmartPLS, SPSS) za obradu podataka. Govori engleski jezik, što je vidljivo i iz činjenice da je doktorska disertacija napisana na engleskom jeziku kao i svi radovi koji su objavljeni u međunarodnim visokoreferentnim akademskim časopisima.

Članica je svjetski relevantnih udruženja iz oblasti marketinga i prodaje (American Marketing Association, AMA Sales SIG Group, Sales Education Foundation, European Marketing Academy, International Advertising Association, BH Chapter; The American Institute on

Political and Economic Systems - AIPES Alumni). Član uredništva časopisa South East European Journal of Economics and Business, te recenzent u više časopisa (Journal of Personal Selling & Sales Management, Market, Industrial Marketing Management) i konferencija (Global Sales Science Institute, EMAC – European Marketing Academy, Brussels, American Marketing Association). Bila je Chair konferencije EMAC Regional koja je 2016. godine organizirana u Sarajevu, te gost urednik izdanja u časopisu Elsevier-a Journal of Business Reserach koji ima 5-godišnji impact factor 4.108. Pored velikog broja objavljenih radova svoja istraživanja je prezentirala i na najvažnijim naučnim konferencijama iz Marketinga kao što su EMAC, AMA, AMS koje imaju stopu prihvatanja radova nižu od 40%

## 2. NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI RAD (od posljednjeg izbora)

### 2.1. Radovi u referentnim časopisima (od posljednjeg izbora)

1. Micevski M., Kadic-Maglajlic S., Banerjee S., Cadogan J., Lee N. (2017). Is it better to be both Nice and Nasty? Investigating the Co-Occurrence of Sales Manager Aggressiveness and Caring, *Journal of Business Research*, 80, pp 266-276, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.018> (5-year impact factor 4.108)
2. Kadic-Maglajlic S., Micevski M., Lee N., Boso N. Vida I. (2017). Three Levels of Ethical Influences on Selling Behavior and Performance: Synergies and Tensions, *Journal of Business Ethics*, DOI: 10.1007/s10551-017-3588-1\*(5-year impact factor 3.50)
3. Arslanagic-Kalajdzic, M., & Kadic-Maglajlic, S. (2017). “Where the East Kisses the West”: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe Editorial to the Special Section. *Journal of Business Research*, 80, 141–144. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.009> \*(5-year impact factor 4.108)
4. Kadic-Maglajlic S., Micevski M., Arslanagic-Kalajdzic M. (2017). Customer and selling orientations of retail salespeople and sales manager’s ability-to-perceive-emotions: A multi-level approach, *Journal of Business Research*, 80, pp. 53-62, DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.06.023> \*(5-year impact factor 4.108)
5. Kadić-Maglajlić S., Arslanagić-Kalajdžić M., Micevski M. Michaelidou N. Nemkova K. (2017). Controversial advert perceptions in SNS advertising: the role of ethical judgement and religious commitment, *Journal of Business Ethics*, 141(2), pp. 249-265, DOI: 10.1007/s10551-015-2755-5\*(5-year impact factor 3.50)
6. Husic-Mehmedovic M., Arslanagic-Kalajdzic M., Kadic-Maglajlic S., Z. Vajnberger, (forthcoming 2017) Live. Eat. Love: life equilibrium as a driver of organic food purchase, *British Food Journal*, 119(7), DOI: 10.1108/BFJ-07-2016-0343\*(5-year impact factor 1.43)
7. Bortoluzzi G., Kadic-Maglajlic S., Arslanagic-Kalajdzic M. & Balboni B. (Forthcoming 2017) Innovativeness as a driver of the international expansion of developing markets’ firms: evidence of curvilinear effects, *International Marketing Review*, (ACCEPTED)\* \*(5-year impact factor 3.45)
8. Kadić-Maglajlić S., Vida I., Obadia C. & Plank R. (2016). Clarifying the influence of emotional intelligence on salesperson performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(7), pp. 877 – 888; DOI: 10.1108/JBIM-09-2015-0168\*\*\*(5-year impact factor 2.01)
9. Boso N., Story V.M., Cadogan J.W., Annan J., Kadić-Maglajlić S. & Micevski M. (2016) Enhancing the sales benefits of radical product innovativeness in internationalizing small and medium-sized enterprises, *Journal of Business Research*, 69(11), pp. 5040-5045, DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.04.077\*(5-year impact factor 4.108)
10. Arslanagic-Kalajdzic, M., Balboni, B., Kadic-Maglajlic, S. & Bortoluzzi, G. (2017). Product innovation capability, export scope and export experience: quadratic and moderating effects in firms from developing countries. *European Business Review*, 29(6), 680-696. <https://doi.org/10.1108/EBR-12-2015-0180>\*
11. Kadić-Maglajlić S., Espinosa A. (2015) Facilitating of Emotions in Sales Interactions may Hinder Performance. *International Journal of Social Science Studies*, 3(1), pp. 47-57, doi:10.11114/ijsss.v3i1.578 \*

12. Kadić-Maglajlić S., Vida I., Bodlaj M. (2015) Vpliv Čustvene Inteligence Na Prodajno Uspešnost. **Teorija in Praksa**, 52(5), pp- 907-1005\*

## 2.2. Knjige, istraživačke monografije i poglavlja u knjigama (od posljednjeg izbora)

1. Dlačić, J., Micevski, M. & Kadić-Maglajlić, S. (2015). Developing green attitudes among young consumers – Ensuring environmentally friendly behaviour. In Grbac, B., Lončarić, D., Dlačić, J., Žabkar, V., Grünhagen, M. (Eds.), *Marketing Insights from a Changing Environment*, Pearson, Harlow, str. 85-109. ISBN 978-1-78448-762-1.\*
2. Kadic-Maglajlic S. Mioković T. (2016) In-depth case studies: Bosnia and Herzegovina in Kaše, R. and Arslanagić-Kalajdžić, M. (eds) *MICRO-foundations of innovation: In-depth case studies*. Sarajevo: Ekonomski fakultet. ISBN 978-9958-25-120-7.\*

## 2.3. Naučni radovi u zbornicima sa konferencija (od posljednjeg izbora)

1. Kadic-Maglajlic S., Vida I., Bodlaj M. Obadia C., Mogos Descotes R. (2018) Drivers of marketing innovation for SMEs export growth and performance: the role of financial constraints and geographic diversification at the 2018 AMA Winter Academic Conference, New Orleans, LA on February 23-25, 2018. \*
2. Bodlaj M., Kadic-Maglajlic S., Vida I. (2017) An examination of various innovation types on SMEs growth and business performance at the 4<sup>th</sup> AIB-CEE chapter, September 27-28 Ljubljana, Slovenia. \*
3. Micevski M., Kadić–Maglajlić S., Boso N., Dewsnap B. & Cadogan J. (2017). Sales intra-functional flexibility: its relationship to performance and moderating effects of customer orientation and role stressors **8<sup>th</sup> EMAC Regional - European Marketing Academy Regional Conference**, Timișoara (Romania), September 20-22, 2017, West University of Timișoara. ISBN: 978-973-125-580-4.\*
4. Zabkar V., Arslanagić-Kalajdžić M., Kadić–Maglajlić S., Micevski M. & Dlačić J. (2017). The role of emotional intelligence in the relationship between consumer engagement and sustainable consumption. **8<sup>th</sup> EMAC Regional - European Marketing Academy Regional Conference**, Timișoara (Romania), September 20-22, 2017, West University of Timișoara. ISBN: 978-973-125-580-4.\*
5. Kadic-Maglajlic S., Boso N., Micevski M. (2017) Role of cross-functional goal alignment and emotional labor in linking internal marketing to customer satisfaction at the **47<sup>th</sup> EMAC 2017 Conference**, Groningen, The Netherlands, from May 24-27, 2017. ISBN: 978-90-367-9912-6.\*
6. Bortoluzzi, G., Arslanagic-Kalajdzic, M., Kadic-Maglajlic, S. & Balboni, B. (2016). Exploring the Curvilinear Effect of Innovativeness as a Driver of the International Expansion of Developing Markets' Firms: Evidence from South Eastern Europe Book of Abstracts of the **7<sup>th</sup> EMAC Regional: Where the East kisses the West: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe**, p. 73, September 14-16, 2016, School of Economics and Business, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Editors: Maja Arslanagic-Kalajdzic & Selma Kadic-Maglajlic. ISBN 978-9958-25-122-1.\*
7. Kadic-Maglajlic, S. & Vida, I. (2016). A moderated mediation approach: Can emotional intelligence improve the transfer of training on customer satisfaction via collaboration?, Book of Abstracts of the **7<sup>th</sup> EMAC Regional: Where the East kisses the West: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe**, p. 51, September 14-16, 2016, School of Economics and Business, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Editors: Maja Arslanagic-Kalajdzic & Selma Kadic-Maglajlic. ISBN 978-9958-25-122-1.\*
8. Micevski M., Kadic-Maglajlic, S., Lee N. & Cadogan J. (2016). Should Sales Managers Be Nice, Nasty, or Both? Book of Abstracts of the **7<sup>th</sup> EMAC Regional: Where the East kisses the West:**

- Marketing Convergence and Divergence in the New Europe, p. 66-67, September 14-16, 2016, School of Economics and Business, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina. Editors: Maja Arslanagic-Kalajdzic & Selma Kadic-Maglajlic. ISBN 978-9958-25-122-1. \*
9. Micevski M., Dewsnap B., Kadic-Maglajlic, S. Boso N. and Cadogan J.W. (2016) Performance implications of the interplay between Sales Intra-functional Flexibility, Customer Orientation and Role Ambiguity, Proceedings of **Academy of Marketing Science: Marketing Challenges in a Turbulent and Business Environment**: Developments in Marketing Science, Groza, C.B. Ragland (eds.), DOI 10.1007/978-3-319-19428-8\_19, 67-72\*
  10. Kadic-Maglajlic, S., Vida I. and Raskovic (2015) Cultural Antecedents of Selling Behavior: the Mediating Role of Emotional Intelligence, at the **41st EIBA (European International Business Academy) Annual Conference**, Rio de Janeiro, Brazil, December 1-3, 2015\*
  11. Kadic-Maglajlic, S., Arslanagic-Kalajdzic, M. & Micevski, M. (2015). Multilevel Approach to the role of Sales Manager's Facilitating of Emotions in Salesperson Orientation And Team Performance. Proceedings of the **6th EMAC Regional Conference** "Convergence and Divergence in the New Europe: Marketing Challenges and Issues", September 16-18, 2015, Vienna University of Economics and Business (WU Vienna), Vienna, Austria, Editors: Adamantios Diamantopoulos, Bodo B. Schlegelmilch, Arnold Schuh and Udo Wagner. ISBN 978-3-200-04265-0. \*
  12. Kadic-Maglajlic, S. and Arslanagic-Kalajdzic, M. (2016). Moderated mediation approach for improving WOM and customer perceived value: Is there a trade-off between flexibility and information sharing? (Poster session) Proceedings of the European Marketing Academy (EMAC) 45th Annual Conference Marketing in the age of data, p. 150, May 24-27, 2016, Norwegian Business School (BI Norway), Oslo, Norway, Editor: Klemens Knoeferle, ISBN 978-82-8247-284-5. \*

#### 2.4. Stručni radovi

1. Kadić-Maglajlić, S. and Mioković, T. (2016). Bosnia and Herzegovina. In *MICRO-foundations of innovation: In-depth case studies*. Eds. Kaše, R. and Arslanagić-Kalajdžić, M. Sarajevo: Ekonomski fakultet. ISBN 978-9958-25-120-7.

#### 2.5. Internacionalni naučno-istraživački projekti (od posljednjeg izbora)

1. Istraživač - H2020 - Enhancing the Innovation Management Capacity of SMEs through services provided by the Enterprise Europe Network (2017-2020)
2. Istraživač - Danube Interreg Transitional program IPA -: Excellence-in-ReSTI – Excellence in research, social and technological
3. Istraživač - IPA Adriatic CBC Programme, Strategic Call, Platform for trans-Academic Cooperation in INNOvation“, 2013-2016, (1°STR/0003)
4. Bilateral project of cooperation between Slovenia and Bosnia and Herzegovina in 2016/2017: School of Economics and Business, University of Sarajevo (Lead expert Selma Kadić-Maglajlić) with Faculty of Economics, university of Ljubljana (Lead expert Irena Vida) „Salesperson behavior and performance in SMEs in Bosnia and Herzegovina and Slovenia“

#### 2.6. Organizacija međunarodnih kongresa i skupova

Predsjednik programskog odbora međunarodne konferencije: 7th EMAC Regional Conference: Where the East kisses the West: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe, Sarajevo, September 14-16, 2016

#### 2.7. Učešće na stručnim skupovima (odnosi se na aktivnosti koje nisu pokrivena NDA ugovorom)

1. "OECD - Competitiveness in Southeastern Europe – a policy outlook", vanjski ekspert za ENOVA Consulting, Decembar 2016 – Januar 2017
2. Porsche Sarajevo, Marketing Coaching, 2016

3. "Sales Management" training za Privrednu komoru Kantona Darajevo (2016)
4. Phoenix Pharma: Professional selling and marketing communication, 2016, training
5. Professional Selling: seminar za BiHATEAM, February 2014
6. Trener "Sell UP, Academy for professional selling and sales management [www.sellup.ba](http://www.sellup.ba) (2013-present)

### 3. MEĐUNARODNO PREDAVAČKO ISKUSTVO (od posljednjeg izbora)

1. Vienna, Austria: Vienna University of Economics and Business; UG course: Marketing Strategies for Central and Eastern Europe; May-June 2014; Consumer Behavior June 2017
2. Ljubljana, Slovenia, Faculty of Economics University of Ljubljana: Master Course: Sales Management; July 2006
3. Haugesund, Norway: Stord/Haugesund University College, September 2014

### 4. NASTAVNIČKE SPOSOBNOSTI

Kandidatkinja **doc. dr Selma Kadić-Maglajlić** je bila asistent, viši asistent, te docent (u periodu od 2014 - 2017. godine) na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, od kada je bila angažirana na različitim predmetima, što na bosanskom što na engleskom jeziku. Od izbora u zvanje docenta samostalno je izvodila nastavu na predmetima „Marketing“, „e-Marketing“ i „Poslovno komuniciranje“, „Strateško upravljanje marketingom“ na bosanskom i na engleskom jeziku. Ovdje treba dodati i osmišljavanje kurikuluma i samostalno izvođenje nastave na predmetu Upravljanje prodajom na Ekonomskom fakultetu u Univerzitetu Ljubljani, kao i na WU u Beču te u Norveškoj. Nadalje, kandidatkinja je uspješno mentorisala master studenta u pisanju i odbrani završnog rada na II ciklusu studija. Također, učestvovala je i u izvođenju nastave na predmetima na doktorskom studiju i to Theory of Consumer Behavior and Cross-cultural Research. Na bazi dostavljene dokumentacije kao i navedenog, konstatujemo da je kroz rad sa studentima kandidatkinja stekla zavidno iskustvo u pedagoškom radu te ispunila uvjete za izbor u pogledu mentorisanja kandidata II ciklusa studija.

## MIŠLJENJE I PRIJEDLOG

Uvidom u dokumentaciju koju je kandidatkinja dostavila uz prijavu na Konkurs, Komisija konstatuje da su uz prijavu priloženi svi potrebni dokumenti za izbor u nastavno zvanje (**vanredni profesor**) koji su predviđeni Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo, Pravilima Univerziteta u Sarajevu i Pravilima Ekonomskog fakulteta u Sarajevu. Nadalje, Komisija konstatuje da kandidatkinja doc. dr. Selma Kadić-Maglajlić ispunjavaju formalne uslove za prijevremeni izbor u zvanje vanredni 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 docenta
- Najmanje pet naučnih radova objavljenih u priznatim publikacijama koje se nalaze u relevantnim naučnim bazama podataka te dodatno objavljena najmanje tri naučna rada u citatnim bazama podataka
- objavljena knjiga,
- te uspješno mentorstvo najmanje jednog kandidata za stepen drugog 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 kandidatkinja doc. dr. Selma Kadić-Maglajlić 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 **vanredni 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, kandidatkinja će značajno doprinijeti obrazovanju studenata iz oblasti Marketinga. Shodno navedenom, Komisija, sa zadovoljstvom, predlaže Nastavno-naučnom vijeću Ekonomskog fakulteta u Sarajevu da

**DR SELMA KADIĆ-MAGLAJLIĆ**

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

**Sarajevo, 22. 11. 2017.**

**ČLANOVI KOMISIJE:**

1. Akademik prof. dr Muris Čičić, predsjednik

---

2. Prof. dr Melika Husić-Mehmedović, član

---

3. Prof. dr Almir Peštek, član

---