

**IZVJEŠTAJ O REZULTATIMA RADA U NASTAVI I NAUČNOISTRAŽIVAČKOM RADU
U PERIODU 2018–2025.**

Na osnovu člana 134. Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo i člana 229. Statuta Univerziteta u Sarajevu, podnosim izvještaj o radu u nastavi i naučnoistraživačkom radu u posljednjih sedam godina.

VIJEĆU UNIVERZITETA U SARAJEVU-EKONOMSKI FAKULTET

I Z V J E Š T A J

Ovaj izvještaj prikazuje rezultate rada u nastavi i naučno-istraživačkom angažmanu u posljednjih sedam godina, od momenta izbora u zvanje redovne profesorice 2018. godine. Izvještaj je strukturiran u nekoliko ključnih dijelova kako bi se prikazao cjelokupni profesionalni angažman: prvo su predstavljeni bibliografski podaci, podijeljeni po kategorijama knjiga, radova u časopisima i prezentacija na konferencijama; zatim je prikazan pedagoški rad, uključujući izvođenje predavanja i mentorstva; na kraju, izvještaj obuhvata angažman na projektima i profesionalno iskustvo. Ovakva struktura omogućava sveobuhvatni pregled postignuća u nastavnom, istraživačkom i profesionalnom djelovanju tokom navedenog perioda.

1 BIBLIOGRAFIJA

1.1 Monografije, udžbenici i poglavlja

- Čengić, H., Arslanagić-Kalajdžić, M., **Husić-Mehmedović, M.** (2023). Ethical Implications of Neuromarketing: The Context of Sustainable Development Goals (SDGs). In Interdisciplinary Advances in Sustainable Development: Proceedings of the BHAAAS International Conference on Sustainable Development-ICSD 2023 Cham: Springer International Publishing.
- Čičić, M, Husić-Mehmedović, M, Arslanagić-Kalajdžić, M, Turulja, L, Kadić-Maglajlić, S, Trkulja, A., Avdagić, A. (2020) Retaining the youth in Canton Sarajevo: analysis and strategic implications, Akademija nauka i umjetnosti BiH, ISBN: 978-9926-410-56-8
- Arslanagic-Kalajdzic, M., Cicic, M., **Husic-Mehmedovic, M.**, Kadic-Maglajlic, S., Kapo, A., Markuš, R., Martinović, I., Turulja, L. (2019) FEMALE ENTERPRENEURSHIP study of current state - Women in Business, Ekonomski fakultet Sarajevo, ISBN: 978-9958-25-141-2

- Čičić M., Efendić A., Emirhafizović M., **Husić-Mehmedović M.**, Trifković M., Turulja L. (2019) Emigration study BOSNIA AND HERZEGOVINA, Akademija nauka i umjetnosti BiH, ISBN: 978-9926-410-48-3

U procesu štampe nalazi se udžbenik *Osnove marketinga*, čiji su autori članovi Katedre za marketing Ekonomskog fakulteta, a publikacija se očekuje tokom 2025. godine. U okviru ovog izdanja uključeno je poglavlje „Ponašanje potrošača na tržištu lične i profesionalne potrošnje“. Također, u toku je priprema drugog izdanja udžbenika *Ponašanje potrošača*, čija je publikacija planirana za 2026. godinu.

1.2 Naučni radovi u indeksiranim časopisima

- Alfirević, N., Babnik, K., Lep, Ž., Stanić, M., & **Husić-Mehmedović, M.** (2024). Helping the Planet for a More Sustainable Future: Spill-Overs among Young Adults' Prosocial and Pro-Environmental Attitudes and Behavior. *Revija za socijalnu politiku*, 31(3), 315-331.
- Zahirović, M., Marić, E., & **Husić-Mehmedović, M.** (2024). The Role of Consumer Knowledge in the Privacy Paradox of Personalised Advertising. *The South East European Journal of Economics and Business*, 19(2), 46-59.
- Trifković, M., **Husić-Mehmedović, M.**, & Arslanagić-Kalajdžić, M. (2024). A Holistic Approach to Research and Innovation Evaluation: Integrating Scientometric Indicators and Open Science. *Pregled: časopis za društvena pitanja/Periodical for social issues*, 65(3), 39-56.
- Efendić, A., **Husić-Mehmedović, M.**, & Turulja, L. (2023). Emigration in Bosnia and Herzegovina: Empirical Evidence from the Last Two Decades. *Central and Eastern European Migration Review*, 12(2), 1-20.
- Kolar, T., Batagelj, Z., Omeragić I., **Husić-Mehmedović, M.** (2021). How Moment-to-Moment EEG Measures Enhance Ad Effectiveness Evaluation, *Journal of Advertising Research*, 61(4) DOI: 10.2501/JAR-2021-014
- Krajina, A., Koštrebić, K., **Husić-Mehmedović, M.** (2021). Can You See How It Smells? What Eye Tracking Can Tell Us About the Shelf Management of Luxury Perfumes, *The South East European Journal of Economics and Business*, 16(1), 93-106.
- Manov, N., Mujkić, A., & **Husić-Mehmedović, M.** (2020). Universities' enrollment challenge: The role of corporate image in higher education. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 33(1), 205-216.
- Šekularac-Ivošević, S., **Husić-Mehmedović, M.**, & Twrdy, E. (2019). Repositioning

Strategy in the Maritime Port Business: A Case Study from Montenegro, Port of Adria. *Promet-Traffic&Transportation*, 31(1), 75-87.

U različitim fazama procesa recenzije i prihvatanja/publikacije se nalaze slijedeći radovi:

- Bešić, A., Šestić, M., Arslanagić-Kalajdžić, M., Rahimić, Z., & Husić-Mehmedović, M. (exp. 2025). Building Resilience Through Transformational Leadership in Women-Owned Businesses, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*
- Husić-Mehmedović, M., Marić, E., Arnaut Smajlović, M., Arslanagić-Kalajdžić, M. (exp. 2025). From Feeling To Action: Exploring Emotional Arousal and Cognitive Responses to Environmental Threat Appeals. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*
- Husić-Mehmedović, M., Arslanagić-Kalajdžić M., Kadić-Maglajlić, S., & Kolar, T., Neuromarketing Demystified: Exploring Common Misconceptions, *Journal of Marketing Management*
- Kolar, T., Arslanagić-Kalajdžić, M., & Husić-Mehmedović, M., Neuromarketing-superstition index, *Discover Analytics*

1.3 Naučni radovi na međunarodnim konferencijama

- Zerem, Dž., Husomanović, H., Husić-Mehmedović, M. (2024). Navigating Digital Trust: Gen Z's Perceptions of Brand and User-Generated Content. ICES 2024 International Conference of the School of Economics and Business
- Čengić, H., Arslanagić-Kalajdžić, M., Husić-Mehmedović, M. (2023). Ethical Implications of Neuromarketing: The Context of Sustainable Development Goals (SDGs). In *Interdisciplinary Advances in Sustainable Development: Proceedings of the BHAAAS International Conference on Sustainable Development-ICSD 2023 Cham: Springer International Publishing*.
- Ralston, D. A., Terpstra-Tong, J., Treviño, L. J., Fabian, F., Furrer, O., Dabić, M., Karam, C., Jabeen, F., Caprar, D., Tjemkes, B., Tučková, Z., Buzády, Z., Szabo, E., Herrera, M. B., Naïdoo, V., Husić-Mehmedović, M., Susniene, D., Li, Y., Ricard, A., ... Alas, R. (2022). A 40-society perspective on the impact of microculture cohorts on preferences for type of organizational culture. Abstract from Academy of International Business (AIB) Annual Meeting 2022, Miami, Florida, United States of America.
- Čolo, E., & Husić-Mehmedović, M. (2022). Finding the Precious: The Role of Self-Esteem When Purchasing Luxury Goods. ICES 2022 International Conference of the School of Economics and Business
- Turulja, L., Kapo, A., & Husić-Mehmedović, M. (2022, October). Subjective Well-Being: Emigration Intention and Its Antecedents. In *Interdisciplinary Advances in Sustainable Development: Proceedings of the BHAAAS International Conference on*

Sustainable Development-ICSD 2022 (pp. 96-108). Cham: Springer International Publishing.

- **Husić-Mehmedović, M., Arslanagić-Kalajdžić, M., Mujkić, A. (2020)** The Role of Positive and Negative eWOM for Restaurant Information Search Process and Visit Intentions. EMAC Regional Conference, Zagreb, 16-19 September 2020

2 PEDAGOŠKI RAD

2.1 Predavanja

Na Ekonomskom fakultetu Melika Husić-Mehmedović realizira nastavu na I i II ciklusu studija, prevashodno iz predmeta Ponašanje potrošača i Marketing menadžment, što predstavlja njeno osnovno pedagoško područje. U nastavi primjenjuje savremene međunarodne prakse praćenja predmeta, evaluacije rada studenata i osiguravanja kvaliteta nastavnog procesa, čime se omogućava stalno unapređenje metodologije rada. Nastava se izvodi kombinacijom predavanja, interaktivnih diskusija, studija slučaja i praktičnih zadataka, što studentima omogućava povezivanje teorijskih znanja sa realnim poslovnim primjerima.

U okviru nastavnog angažmana uvedene su i najsavremenije tehnike i metode rada, među kojima se izdvaja Neuromarketing. Ovaj predmet se u potpunosti realizira u laboratorijskim uslovima i kroz istraživački projektni rad, što studentima pruža priliku za direktan uvid u praktičnu primjenu bihevioralnih i neuromarketinških metoda. Time se razvijaju istraživačke vještine studenata, potiče timski rad i osigurava iskustveno učenje.

Evaluacije studenata i povratne informacije prikupljene tokom nastavnog procesa pokazuju kontinuiran visok stepen interesa i zadovoljstva realizacijom nastave, a dodatna potvrda kvaliteta predavanja su i dugotrajni međunarodni angažmani kao nositelja predmeta na slijedećim fakultetima:

- MIB School of Management, Trst, Italija – kontinuirani angažman od 2023. godine na MBA programu (AMBA i EPAS/EFMD akreditiran), predmet Marketing Management. <https://mib.edu/>
- NEOMA Business School, Rouen, Francuska (EQUIS/EFMD, AACSB, AMBA akreditiran) – kontinuirani angažman od 2024. godine na master programu MSc International Business Development, predmet Buyer Behavior. <https://neoma-bs.fr/>
- Ekonomski fakultet, Univerzitet u Rijeci, Hrvatska – jednogodišnji angažman 2024. godine na doktorskom studiju, predmet Razvoj teorije i kvalitativni istraživački dizajn
- Rochester Institute of Technology (RIT) Croatia, Dubrovnik, Hrvatska – jednogodišnji angažman 2022. godine na dodiplomskom programu, predmet Consumer Behavior. <https://www.croatia.rit.edu/>

2.2 Mentorstvo

Kontinuirano mentorira **diplomske i magistarske radove**, pružajući podršku studentima tokom cijelog istraživačkog procesa. Do sada je uspješno mentorirala više od 60 master radova, kako na bosanskom, tako i na engleskom jeziku. Dio ovih radova rezultirao je publikacijama u naučnim časopisima, dok su neki prezentirani na međunarodnim konferencijama, što govori o kvaliteti završnih radova.

Tematski, mentorisani radovi uglavnom se fokusiraju na različite aspekte ponašanja potrošača i razumijevanja kupovnih odluka, uključujući istraživanje emocija potrošača tokom procesa kupovine i korištenja proizvoda. Pored toga, značajan dio istraživanja posvećen je osnaživanju žena, kroz analizu finansijskih i poslovnih stimulansa ili zdravlja žena. Dio analizira obrazovne politike i kvalitet visokog obrazovanja. Ovakav pristup omogućava integraciju teorijskih i praktičnih saznanja, te doprinosi razvoju novih spoznaja u oblasti marketinga, ponašanja potrošača i rodno odgovornih politika.

Kada je riječ o **doktorskim tezama**, učestvuje u radu različitih komisija za odbranu doktorskih radova, kako na Ekonomskom fakultetu UNSA, tako i na drugim obrazovnim institucijama.

Od 2018. do danas to su slijedeći kandidati:

- Maja Bosnić, MsC: "Gender responsive budgeting - from feminist theories to implementation trough public financial management", Centar za interdisciplinarne studije – „Prof. dr. Zdravko Grebo“, mentorica, u procesu izrade
- Arslan Umut Ergezer, MSc., „Contemporary Migrations in Western Balkans: Empirical analysis and policy implications focused on human security“ Centar za interdisciplinarne studije – „Prof. dr. Zdravko Grebo“, predsjednica komisije, u toku izrade
- Jelena Uzelac Vasić, MsC: "Understanding Business Ecosystem Context and its Relationship with Firm Strategy and Performance in the IT Industry", Ekonomski fakultetu, Univerzitet u Rijeci, članica komisije, u procesu izrade
- Una Bejtović, MA, „Critical reflection on the role of strategic communication in global perception of Islam“, Centar za interdisciplinarne studije – „Prof. dr. Zdravko Grebo“ članica komisije, u procesu izrade
- Nedžla Maktouf, PhD, Potrošački utemeljena vrijednost neo-luksuznih brendova, Ekonomski fakultet, predsjednica komisije, 2024.
- Haris Muhić, PhD: "Quality Assessment of Services in Bosnia and Hercegovina Higher Education – Application of SERVQUAL model", Centar za interdisciplinarne studije – „Prof. dr. Zdravko Grebo“, članica komisije, 2024.
- Emilija Heleta-Švrakić, PhD, "Determinante i efekti lojalnosti brendu sa fokusom na izgradnju kapitala brenda" Ekonomski fakultet, članica komisije, 2023.

- Vahidin Katica, PhD, „Uticaj mjera zdravstvene politike na promjenu ponašanja ciljne skupine: primjer Covid-19 pandemije“, Ekonomski fakultet, predsjednica komisije, 2022.
- Cornelis G.W. Caspers, PhD: „The Role of Trust and Time Orientation in Establishing Consumer Social Responsible Behavior in the Water Sector“, Ekonomski fakultet, Predsjednica komisije, 2021.
- Anida Krajina, PhD: “Interpretation of online consumer behaviour from the consumer neuroscience perspective- cross generational study”, Masaryk University, Faculty of Economics and Administration, članica komisije, 2019.

3. PROJEKTI I PROFESIONALNI ANGAŽMAN

3.1 Međunarodni projekti i istraživačke podrške

- Ekspertica na projektu: “Boosting digital and industrial capacity for sustainable circular transition of women entrepreneurs in the Danube Region - WE.Circular”, Evropska komisija, 2024-u toku.
- Istraživačica na projektu: „Postavljanje novih istraživačkih granica interdisciplinarnim tehnologijama“, Neuro-bihevioralna laboratorija UNSA-EFSA, Fond za nauku Vlade Kantona Sarajevo, 2021.
- Menadžerica projekta za UNSA u okviru COSME EEN SGA3, dodijeljenog od strane Izvršne agencije za mala i srednja preduzeća (EASME): BITNET Business, Innovation and Technology Network; 2017 – u toku.
- Menadžerica projekta: “Women in Business”, Evropska komisija 2018-2021.
- Ekspertica na projektu: „Zadržavanje mladih u Kantonu Sarajevo – analiza determinanti i prijedlog strateških mjera“, finansiran od strane Ministarstva za nauku, obrazovanje i mlade Kantona Sarajevo, 2019.

3.2 Profesionalno iskustvo

- Nacionalna konsultantica za mapiranje pristupa njezi i socijalnim pravima u FBiH, UN Women, 2024–2025.
- Nacionalna konsultantica za istraživanje rodno odgovornih porodičnih politika s fokusom na perspektivu mladih, UNFPA, 2024.
- Konsultantica za obuku o ženama lidericama u okviru projekta Jačanje uloge lokalnih zajednica u Bosni i Hercegovini, UNDP, 2024.
- Ekspertica za socio-ekonomsku analizu politika i implementacije programa ekonomije njege/brige u BiH, UN Women, 2024.

- Voditeljica tima na projektu izrade Mape prava i usluga za osobe s invaliditetom i starije osobe, UN Women, 2023.
- Analiza BPO sektora u BiH, MarketMakers, 2023.
- Voditeljica tima i istraživačica na Studiji o neplaćenom radu žena u oblasti brige/njege, UN Women, 2022.
- Istraživanje tržišnih prilika za IT biznise i razvoj karijere, Bit Alijansa, 2022.
- Ekspertica–trenerica za lični brending, Westminster Foundation for Democracy, 2022.
- Ekspertica i istraživačica na studiji o otpornosti biznisa u vlasništvu žena na krizu, UN Women, 2021.
- Ekspertica i istraživačica na studiji o ekonomskom osnaživanju žena, UN Women, 2021.
- Studija o kvalitetu života u Bosni i Hercegovini, Akademija nauka i umjetnosti BiH, 2020.
- Strategija za zadržavanje mladih u Kantonu Sarajevo, Akademija nauka i umjetnosti BiH, 2019–2020.
- Migracije u Bosni i Hercegovini – trendovi i implikacije, Akademija nauka i umjetnosti BiH, 2019.
- Ekspertica na projektu „Žene na izborima u BiH“, UNDP, 2019.

4 ZAKLJUČAK

Tokom posljednjih sedam godina, ostvareni su značajni rezultati u nastavnom, naučnoistraživačkom i institucionalnom angažmanu. Na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu izvodi nastavu na I i II ciklusu studija, prvenstveno iz predmeta *Ponašanje potrošača* i *Marketing menadžment*. Posebno je značajno uvođenje predmeta *Neuromarketing*, koji se realizira u laboratorijskim uslovima i kroz istraživački projekat, omogućavajući studentima sticanje praktičnog iskustva i razvijanje istraživačkih kompetencija. Evaluacije studenata kontinuirano ukazuju na visok nivo interesa i zadovoljstva nastavom.

Kontinuirano je mentorisano više od 60 master radova, na bosanskom i engleskom jeziku, od kojih su neki rezultirali publikacijama u naučnim časopisima ili prezentacijama na međunarodnim konferencijama. U oblasti doktorskog obrazovanja, aktivno učestvuje u radu komisija za odbranu doktorskih radova, kako na Ekonomskom fakultetu UNSA, tako i na drugim institucijama, čime doprinosi jačanju akademskih standarda i istraživačkog okvira na doktorskome nivou.

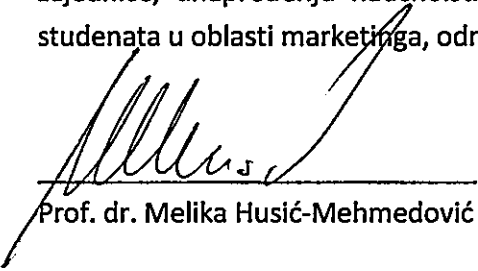
U naučno-istraživačkom smislu, tokom posljednjih sedam godina kontinuirano je objavljivala rezultate svojih istraživanja. Do sada je objavila četiri knjige, dok su dodatno u pripremi još dva udžbenika, što pokazuje kontinuirani doprinos razvoju stručne i nastavne literature. Objavila je osam radova u indeksiranim međunarodnim časopisima, a za četiri rada se

očekuje uskoro objava. Također, prezentirala je radove na šest međunarodnih naučnih konferencija.

Njeno istraživačko područje primarno je fokusirano na neuromarketing, sa posebnim naglaskom na primjenu bihevioralnih i laboratorijskih metoda u istraživanju ponašanja potrošača, što se u nastavnom procesu direktno implementira kroz inovativne predmete i praktične istraživačke projekte. Time njeni naučno-istraživački rezultati ne doprinose samo teorijskom razvoju discipline, već i unapređenju kvaliteta nastave, mentorstva i praktičnih kompetencija studenata.

Dodatno, profesionalna karijera uključuje ključne institucionalne i društvene uloge: bila je direktorica Centra za interdisciplinarne studije UNSA (2017–2020) i ministrica u Ministarstvu za nauku, visoko obrazovanje i mlade Vlade Kantona Sarajevo (2021), a od 2019. godine rukovodi doktorskim programom *Global Studies* u Centru za interdisciplinarne studije – „Prof. dr. Zdravko Grebo“. Profesionalna ekspertiza joj je trenutno fokusirana na oblast neuromarketinga, gdje je certificirana za *Bio-Stimulus Analysis and Training*. S tim u vezi je uspostavila prvu neuromarketinšku laboratoriju u Bosni i Hercegovini (2022), namijenjenu izvođenju istraživanja, master radova i nastavnih aktivnosti, čime je stvorena platforma za praktično i istraživačko učenje studenata, i atraktivne istraživačke projekte. Trenutno je *visiting researcher* na University of Trieste, te redovni predavač na MIB School of Management u Italiji i NEOMA Business School u Francuskoj, čime doprinosi internacionalizaciji, međunarodnoj vidljivosti i akademskom ugledu Ekonomskog fakulteta UNSA.

Sve navedene aktivnosti odražavaju posvećenost kvalitetnom istraživačkom i nastavničkom radu, kontinuiranom unapređenju nastavnih metoda, mentorstvu, projektima i međunarodnoj saradnji. Ovim angažmanom se potvrđuje ključna uloga u razvoju akademske zajednice, unapređenju naučnoistraživačkog rada i doprinosu edukaciji novih generacija studenata u oblasti marketinga, odnosno ponašanja potrošača.



Prof. dr. Melika Husić-Mehmedović