

Nastavnik	<i>Arnela Bevanda</i>
Ustanova zaposlenja	Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
E-mail	arnela.bevanda@ef.sum.ba
Osobna web-stranica	
Dosadašnji izbori u zvanje	1997-2003 mlađi asistent 2003-2008 asistent 2008-2013 docent 2014- izv.prof.
Kratki životopis (opis kretanja u struci)	<p>Obrazovanje :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Diplomski rad</i> „Efekti carinske zaštite u maloj zemlji“, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 1996.godine, ➤ <i>Magistarski rad</i> „Marketing u osiguranju-pozicioniranje Hercegovina osiguranja na ciljnom tržištu“, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2003.godina ➤ <i>Doktorska disertacija</i> „Utjecaj integrirane marketinške komunikacije na kreiranje imidža financijskih institucija“ , Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2008. godina <p>Usavršavanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Seminar <i>„Kako upravljati markom proizvoda i usluga u savremenoj poslovnoj praksi“</i>, u organizaciji Ekonomskog fakulteta Sarajevo, predavač Philip Kotler, Sarajevo listopad, 2006. ➤ Seminar <i>„Uspješno upravljanje proizvodima i markama“</i>, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Sarajevo,11.12.2014. ➤ Seminar <i>"Optimalno investiranje u marketing i povećanje povrata na investirano"</i>, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Sarajevo, 18.02.2016. <p>Radno iskustvo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1998-2003, voditelj odjela za Marketing , Hercegovina osiguranje d.d , Mostar ➤ 1997-do danas, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, <p>Angažmani na drugim ustrojbenim jedinicama i univerzitetima</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dodiplomska nastava, predavanja: <ol style="list-style-type: none"> 1. Fakultet prirodno matematičkih znanosti Sveučilišta u Mostaru od 2012 do danas

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Ekonomski fakultet Sarajevo, Univerzitet u Sarajevu od 2008-2009, 3. Ekonomski fakultet Bihać, Univerzitet u Bihaću, 2009-2012. na kolegijima 4. Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2008-2013, <p>➤ Poslijediplomska nastava, predavanja</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2008-2013,
Pozvana predavanja	Doktorske studije, kolegij <i>Teorije marketinga</i> , Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2012. godina
Projekti , programi, radionice...	<ol style="list-style-type: none"> 1. „Istraživanje i analiza potreba za obukom i savjetodavnim uslugama malih i srednjih poduzeća u regiji hercegovina Asocijacija za ekonomski razvoj Hercegovine „REDAH, 2009. godine, sudionik 2. „Stručno usavršavanje članova nadzornih odbora i uprava društava sa učešćem državnog kapitala“ Organizator Gospodarska komora Federacije Bosne i Hercegovine, predavač na projektu, 2010. godine do danas, predavač 3. Unapređenje ispunjenosti kriterija za institucionalnu akreditaciju na Ekonomskom fakultetu, Federalno ministarstvo obrazovanja i nauke, 2012. godine, sudionik 4. Obuka uposlenika BOR banke - REVICON DOO Sarajevo, predavač na projektu, 2013. 5. Marketing Managment Forum JP Hrvatske telekomunikacije Mostar, predavač, 2017. <p>Sudjelovanje u radu europskih projekata kao član ili kordinator projektnog tima na Sveučilištu u Mostaru:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quality in Research 517097- TEMPUS-JPGR , 2. INTERFACE- Developing and setting up measures for initiating, enhancing and sustaining HE-Society Cooperation- 511224-TEMPUS-JPHES,
Popis radova	<p>Knjige i poglavlja u knjigama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bijakšić Martinović S., Bevanda, A., Markić, B., (2015), <i>„Marketing i metrika, marketinški splet: podaci i mjerila“</i>, HKD

Napredak – ISBN 978-9958-841-10-1

2. Bevanda A., (2013), **Marketinška komunikacija**, Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet Mostar, ISBN 978-9958-690-91-4
3. Bevanda, A., (u suautorstvu Klepić,Z.), (2010) **Planiranje i provedba aktivnosti integrirane marketinške komunikacije u poduzećima regije Hercegovina**“, Marketing and sustainable development, Osijek, ISBN 978-953-253-074-2, pp 404-419
4. Bevanda, A., , **Poglavlja: II Planiranje marketinških aktivnosti**, pp. 89-97. i XV Primjena marketinga u posebnim područjima-poglavlja: 15.1. Marketing poslovnih tržišta, pp. 507-523. i 15.2. Marketing usluga, pp. 524-547, U Kukić,S red. , **Marketing**, Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet Mostar, 2007, ISBN 978-9958-690-36-5

Radovi:

1. Bevanda, A., **Promocijske aktivnosti osigurateljnih institucija**, Mostariensia-časopis za humanističke znanosti, br.20, Sveučilište u Mostaru, Mostar, listopad, 2004., ISSN 1234-5679, str. 153.-164.
2. Bevanda, A., **Marketing usluga**, Zbornik radova, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2004., UDK 33 (06.055.2), str. 299.-312.
3. Bevanda, A., **Segmentiranje financijskog tržišta u federaciji Bosne i Hercegovine na temelju čimbenika imidža**, Tržište, znanstveni časopis za tržišnu teoriju i praksu,2008., ISSN 0353-4790 , str. 179.-195.
4. Bevanda, A., **Enterprise image as factor competitiveness**, Competitiveness in the conditions of a global economy, Faculty of Economics Niš, Krstić, B., (urednik), Niš, 2008., ISBN 978-86-85099-80-9, str. 417.-425.
5. Bevanda, A., Klepić, Z., **Planiranje i provedba aktivnosti integrirane marketinške komunikacije u poduzećima regije Hercegovina**, Marketing and sustainable development, Leko Šimić, M., (urednik), Osijek, 2010., ISBN 978-953-253-074-2, str. 404.-418.
6. Bevanda, A., Mahmutović, H.,Mabić, M., **Analiza utjecaja marketinške komunikacije na efikasnost poslovanja financijskih institucija u Federaciji Bosne i Hercegovine**, Business development conference, Razvoj poslovanja,

- Petković, D., (urednik), 2010., ISSN 1840-4006, str. 351.-359.
7. Bevanda, A., Klepić, Z., Mabić, M., **Impact of the integrated marketing communications on the image of financial institutions in the federation of Bosnia and herzegovina**, LCBR European Marketing Conference 2010, Lupcon Center for Business Research, Munich, Germany, 2010., ISSN 2190-7935, str. 25.-32.
 8. Bevanda, A., Bijakšić, S., Mabić, M., **Differences in the image perception between financial institutions' employees and clients**, Problem of competitiveness of centemporary economies, Niš, Faculty of Economics, University of Niš, Spasić, D., Stanković, Lj., (urednici), 2011., ISBN 978-86-6139-040-1, str., 95.-102.
 9. Bijakšić, S, Bevanda, A., Mabić, M., **Influence of the internet as a communication medium on young people**, International conference Economic theory and practice: meeting the new challenges“ ,Faculty of Economics University of Mostar, Markić, B., (urednik), Mostar, 2011., ISSN 2233-0267, str. 327.-338.
 10. Bevanda, A., Mabić, M., Mahmutović, H., **Mjerenje razine kvalitete usluge na bazi korisničke percepcije u finansijskom sektoru Federacije Bosne i Hercegovine**, 7th Research/expert Conference with International Participation, Quality 2011, University of Zenica, Brdarević, S., Jašarević, S., (urednici), 2011., ISSN 1512-9268, str.179.-183.
 11. Bevanda, A., Mabić, M., Zalihić, A., **Kvaliteta u zdravstvu-percepcija pacijenata Doma zdravlja Mostar**, 7th Research/expert Conference with International Participation, Quality 2011, Brdarević, S., Jašarević, S., (urednici), 2011., ISSN 1512-9268, str. 973.-979.
 12. Anić, I., D., Rajh, E., Bevanda, A., **Decision-making Styles of Young consumers in Bosnia and Herzegovina**, Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers, 2012., Vol. 13, Iss: 1 , ISSN: 1747-3616, str.86.-98.
 13. Bijakšić, S., Jelčić, S., Bevanda, A., **Dimensions of retail service quality through customers'perception**, Interdisciplinary management research VIII, Josip Juraj Strossmayer Sveučilište u Osijeku i Hochschule Pforzheim University, Opatija, Josip Juraj Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Croatia studies Management, Hochschule Pforzheim University , Barković, D,

Runzheimer, B., (urednik), Opatija, 2012., ISSN 1847-0408, ISBN 978-953-253-105-3, str.1109.-1122.

14. **Bevanda, A., Mabić, M. Šantić, M., Role of the internet in creating the tourist destination image**, Society and Technology dr. Juraj Plenkovic, XX International scientific conference, International Federation of Communication Associations, Croatian Communication Association, Alma Mater Europea, Objavljeno u Book of Manuscripts konferencije, Plenković, M., Galičić, V., Toplak, L., (urednici), Opatija, 2013., ISBN: 978-953-6226-25-2, str. 801.-810. i ISBN: 978-953-6226-24-5
15. **Šantić, M., Bevanda, A., Bijakšić, S., Marketing communication and tourism-Influence of sales promotion, as a form of integrated marketing communications, in creation of a tourist destination image**, 1st scientific and professional conference with international participation: The Challenges of today, Tourism today, Zbornik radova, Radić Lakoš, T., Bratić, I., Grubušić, A., Marguš, D., Mečev, D., Pavlović, M., Poljičak, I., Radačić, M., Šišara, J., Urem, F., (urednici), god.7, br. 4/2013, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, 2013., ISSN 1846-6699, str. 211.-219.
16. **Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda A., Text mining i analiza stavova i mišljenja o turističkoj destinaciji na društvenim mrežama**, 1st scientific and professional conference with international participation: The Challenges of today, Tourism today, Zbornik radova, Radić Lakoš, T., Bratić, I., Grubušić, A., Marguš, D., Mečev, D., Pavlović, M., Poljičak, I., Radačić, M., Šišara, J., Urem, F., (urednici), god.7, br. 4/2013, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, 2013., ISSN 1846-6699, str. 411.-417.
17. **Šantić, M., Bevanda, A., Bijakšić, S., Utjecaj motiva dolaska u turističku destinaciju na zadovoljstvo kvalitetom turističke usluge-slučaj Gradac n/m**, Tourism Human resources development, Jahorina, Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Ateljević, J., (urednik), 2012., ISBN 978-9958-0912-0-9, str. 461.-473.
18. **Bevanda, A., Mahmutović, H., Mabić, M., Influence of image as psychological construct on business effectiveness of financial institutions in the federation of Bosnia and Hercegovina**, A boat trip through economic change, IAREP/SABE/ICABEEP, Cologne, 2010 , ISBN 978-3-89967-651-8

19. Bijakšić, S., **Bevanda, A.**, Jelčić, S., **Influence of advertising messages on young consumers' attitudes and opinions**, International Conference on Business and Management-2013., Izmir, Turkey, 26.-27.04.2013.
20. Kukić, S., **Bevanda, A.**, Šantić, M., **Influence of socio-demographic characteristics of tourists on their satisfaction with general impression about tourist destination**; International Conference on Business and Management - 2013, Izmir, Turkey 26.-27.04.2013.
21. Bijakšić, S., **Bevanda, A.**, Šantić, M., „**Marketinško komuniciranje i turizam-Utjecaj unapređenja prodaje kao oblika integrirane marketinške komunikacije u kreiranju imidža turističke destinacije**“ rad prezentiran na međunarodnoj konferenciji The Challenges of today, Tourism today for tomorrow, i objavljen u 1st scientific and professional conference with international participation: The Challenges of today, Tourism today, Zbornik radova, Radić Lakoš, T., Bratić, I., Grubušić, A., Marguš, D., Mečev, D., Pavlović, M., Poljičak, I., Radačić, M., Šišara, J., Urem, F., (urednici), god.7, br. 4/2013, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, 2013., ISSN 1846-6699, str. 211.-219.
22. Bijakšić, S., Markić, B., **Bevanda A.**, „**Text mining i analiza stavova i mišljenja o turističkoj destinaciji na društvenim mrežama**“, 1st scientific and professional conference with international participation: The Challenges of today, Tourism today, Zbornik radova, Radić Lakoš, T., Bratić, I., Grubušić, A., Marguš, D., Mečev, D., Pavlović, M., Poljičak, I., Radačić, M., Šišara, J., Urem, F., (urednici), god.7, br. 4/2013, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, 2013., ISSN 1846-6699, str. 411.-417.
23. Markić, B., Bijakšić, S., **Bevanda, A.** „**Discovering brand influence on sales and profitability**“, Third REDETE Conference, Faculty of economics university of Banja Luka, April 2014., ISBN 978-99938-46-54-3, str.556-571,
24. Bijakšić, S., Markić, B., **Bevanda A.**: „**Business Intelligence and Analysis of Selling in Retail**“, XXI. International scientific conference Society and Technology, Book of Manuscripts, International Federation of Communication Associations, Croatian Communication Association, Alma Mater Europea-European Center Maribor,2014, ISBN: 978-953-6226-25-2, str.764-772,
25. Rad preuzeo časopis Informatologia: „**Business Intelligence and Analysis of Selling in Retail**“, Informatologia 47, 2014, 4,

UDK:349.22:3:364.07; ISSN 1330-0067, str. 222-231.

26. Bijakšić, S., **Bevanda, A., Markić, B.,** *Neural Network to Recognize the Market Value of the Product for Customer*, International Journal of Scientific Research and Management, Current Issue Volume 2 Issue 12, Dec. 2014, ISSN:2349-5197, str. 17-31.
27. Markić, B., Bijakšić, S., **Bevanda, A.:** „ *Upravljanje znanjem za mala i srednja poduzeća*“, MOSTARIENSIA časopis za društvene i humanističke znanosti, Sveučilište u Mostaru, god.18, br. 1-2- prosinac 2014, ISSN 1023-8638, str. 167-182,
28. Markić, B., Bijakšić, S., **Bevanda, A.:** *Industrijalizacija i rast bruto društvenog proizvoda*; Acta Economica Ekonomski fakultet Univerziteta u Banja Luci, God. XIII, No.22/ February 2015. UDK 33, ISSN 1512-858X, e-ISSN 2232-738X, str. 151-166.
29. **Bevanda, A.,** *Djelo obrazovne i praktične namjene*, prikaz knjige Politički marketing: načela i primjena, autor Tomić, Z., Mostariensia, Časopis za humanističke znanosti, god.19, br.1., lipanj, 2015, ISSN 1023-8638, str.185-187
30. Markić, B., Bijakšić, S., **Bevanda, A.:** „*Marketing metrics in data driven culture*“, Journal of Business Management and Economics 3:4 April (2015), JBME ISSN:2347-5471
31. Bijakšić, S., Markić, B., **Bevanda, A.,** „*Expert pricing system as part of marketing mix*“, Society&Technology 2015 Dr.Juraj Plenković, XXII. International Scientific conference, Opatija ISBN:978-953-6226-30-6, str. 450-460,
32. Šantić, M., **Bevanda, A.,** Bijakšić, S., „*Influence of media on creation of a tourist destination image*“, Society&Technology 2015 Dr.Juraj Plenković, XXII. International Scientific conference, Opatija ISBN:978-953-6226-30-6, str. 471-481
33. Rad „*Influence of media on creation of a tourist destination image*“ preuzeo i objavio časopis Informatologia br.49.,2016, ISSN 1330-0067, str. 180-189.,
34. Šantić, M., **Bevanda, A.,** Bijakšić, S., „*Adriatic coast's tourist market segmentation based on tourist destination image factors*, IV REDETE CONFERENCE; pp. 758-768, ISBN 978-99938-46-54-3, Graz, Austria, October, 22-24 2015
35. **Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A.,** „*Electronic marketing influence on entrepreneurship in period of transition*“ IV REDETE CONFERENCE; pp. 816-830, ISBN 978-99938-46-54-3, Graz, Austria, October, 22-24 2015

36. Bijakšić, S., Markić, B., **Bevanda, A.**, „*Attitudes and opinions of young population on the concept of the internet as a form of integrated marketing communication*“, European Journal of Business and Economics, Vol 10, No 2 (2015) Print ISSN 1804-5839, Online ISSN 1804-9699
37. *Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., "Model of structural equation of influence knowledge economy on growth of gross domestic product"*, Acta Economica Ekonomski fakultet Univerziteta u Banja Luci, God. XIV, No.24/ February 2016. UDK 33, ISSN 1512-858X, e-ISSN 2232-738X, str. 71-88.
38. Bijakšić, S., Markić, B., **Bevanda, A.**, „*Decision support system for marketing metrics*“ 8th International Conference EBEEC 2016, Split, Croatia, May 5-8,2016, Book Of Abstracts,
39. *Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „Sentiment analysis of social networks as a challenge to the digital marketing“*, Ekonomski vjesnik/ECONVIEWS, God.XXIX, BR. 1/2016, str. 95-107,
40. *Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Customer Intelligence Analytics on Social Networks“*,Expert Journal of Marketing, 4 (1), pp. 24-30,2016 ,ISSN:2344-6773
41. *Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Data driven marketing as challenge for entrepreneurship“*, V REDETE CONFERENCE, Belgrade ,2016
42. *Bijakšić, S Markić, B, Bevanda, A.,„Social networks as Challenge for marketing Intelligence“*, 1st Croatian Direct Marketing Association Conference, Book of Papers, 2016., ISSN 2459-7953, pp.121-133
43. Anić, I.D., Ciunova-Shuleska,A., Piri Rajh, S., Rajh, E.,& **Bevanda,A.**, *Differences in consumer decision-making styles among selected south-east European countries*, Economic Research –Ekonomska istraživanja, 06, december, 2016, Vol.29,NO.1, ISSN: 1331-677, str.665-681
44. *Rad Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Neuronske mreže u prognoziranju ekonomskog rasta kao indikatora konvergencije integracijskog procesa“*, naučni skup „Ekonomske politike malih zemalja u uslovima evropskih integracija“ , 7.i 8. Februar,2017. Banja Luka, str. 174-187, (rad *preuzet i* objavljen u časopisu Acta economica br.26, ISSN 1512-858X, str. 179-197.)
45. *Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A. "Utjecaj ekspertnih sustava na inovacije u turističkoj ponudi"*,3. međunarodna

	<p>znanstveno-stručna konferencija "Izazovi današnjice: održivi obalni i pomorski turizam", Šibenik 2017, Proceedings of the 3rd International Scientific and Professional Conference The Challenges of Today: „Sustainable coastal and maritime tourism“, Editors Branko Cavrić, Tomislav Rimac, Dragan Zlatović, ISSN 1846-6656 GOD. 11. BROJ 5/2017, str 156-165</p> <p>46. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A „<i>Development of the communication knowledge based system for the selection of tourist destination</i>“ 2nd Croatian Direct Marketing Association Conference CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT The impact of digital technology, <i>Varaždin, 2017.</i>, ISSN 2459-7953, str.101-114</p> <p>47. <i>Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Komunikacija na društvenim mrežama i razvoj imidža brenda“</i> rad prezentiran na PR Days Mostariensis“ međunarodna znanstveno – stručna konferencija, Mostar 23. i 24. studenog 2017.</p> <p>48. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., Ekspertni sustavi za određivanje cijena kao dio marketinškog spleta, Informatologija, br. 50, 3-4, UDK 007:002:02; ISSN1330-0067, Zagreb, 2017., str.141-151</p> <p>49. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., Decision Support System for Marketing Metrics, Springer Proceedings in Business and Economics <u>Economy, Finance and Business in Southeastern and Central Europe</u>, pp 741-755, ISSN: 2198-7246, 2018.</p> <p>50. Bijakšić, S., Bevanda, A., Ćorić, N., Stavovi i mišljenja potrošača o promidžbenim porukama u komunikacijskim kampanjama, <i>II International Applied Research „Conference Intercultural Communication: Strategies and Techniques in International Liberal Arts Education“</i>, Sankt-Peterburg, 21-29-May, 2018, Sankt Peterburg</p> <p>51. <i>Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Komunikacija na društvenim mrežama i razvoj imidža brenda turističke destinacije“</i>, časopis Hum, vol. XIII, no.19, pp 233-248, ISSN 1840-233X, Filozofski fakultet, Sveučilište u Mostaru, srpanj, 2018., Mostar</p>
<p>Znanstvene konferencije</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “Economic Theory and Practice: Meeting the New Challenges”, International Conference, Faculty of Economics University of Mostar, 2011 • International Workshop on Finance, Business, Economics, Marketing and Information Systems, IWFBE-2015 , Istanbul,

	<p>TURKEY</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1st Croatian Direct Marketing Association Conference, CRODMA Conference 2016, 20th-21st October 2016, Varaždin • PR Days Mostariensis 2017, International Conference, University of Mostar
<p>Recenzije</p>	<p>Recenzirani udžbenici:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bijakšić Martinović S.: „Marketinški kanali i suvremeni trendovi u prodaji“, HKD Napredak – glavna podružnica Mostar, Mostar, 2014, ISBN 978-9958-841-08-8 2. Čutura, M., „Poslovna etika i društvena odgovornost u području marketinga“, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, <p>Recenzent u časopisima:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Journal of Global Economics, Management and Business Research, 2016/JGEMBR/4491, International Knowledge Press, Manchester, UK 2. MARKET-Journal of the Faculty of Economics & Business – Zagreb, Marketing Department and CROMAR (Croatian marketing association) 3. MOSTARIENSIA časopis za društvene i humanističke znanosti, Sveučilište u Mostaru, 4. Journal of Economy and Business - Zbornik radova, izdavač Ekonomski fakultet Mostar, Bosna i Hercegovina 5. “Economic Theory and Practice: Meeting the New Challenges”, International Conference, Faculty of economics University of Mostar, 6. “BH Ekonomski forum”, naučno-stručni časopis, Ekonomski fakultet Zenica, Univerzitet u Zenici
<p>Obrazovanje znanstvenog kadra</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mentorstvo diplomskih radova studenata Mentor na izradi preko 70 diplomskih radova ➤ Mentorstvo magistarskih znanstvenih radova • „Analiza stupnja kvalitete turističke usluge“ , kandidat Marko

Šantić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru

- „Analiza zadovoljstva prepaid korisnika uslugama mobilne telefonije“ kandidatkinja Slavena Begić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
- „Brand kao izvor konkurentnosti proizvoda“ kandidatkinja Zora Barbarić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru

➤ **Mentorstvo doktorskih disertacija**

- „Utjecaj aktivnosti integrirane marketinške komunikacije na ponašanje potrošača pri kupnji bankarskih usluga“ kandidatkinja Marija Vukoja, disertacija obranjena 30.10.2018., Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru

➤ **Sudjelovanje u povjerenstvima za magistarske znanstvene i doktorske radove**

- „Utjecaj integrirane marketinške komunikacije na kreiranje imidža marke proizvoda s aspekta ponašanja potrošača“ kandidatkinja Sanda Ćorić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
- „Utjecaj osobne prodaje kao pristupa klijentima banaka na ponašanje potrošača bankarskih usluga“, kandidat Saša Marić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
- „Marketinški problemi u ženskom malom poduzetništvu u Bosni i Hercegovini: procjene i mogući načini prevazilaženja“ kandidatkinja Munire Šestić (odluka broj 06-200-303-0577/12 od 10.07.2012), Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici
- „Istraživanje zadovoljstva korisnika javnih usluga u organima lokalne samouprave“ kandidat Suad Huskića (odluka br. 06-200-303-1032/11 ,27.12.2011, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici
- „Utjecaj masovnih medija na proces donošenja odluke o izboru marke proizvoda s posebnim osvrtom na potrošače na području USK“ , kandidatkinja Menita Alibabić odluka br.564-4b-1/2010. Od 19.11.2010, Ekonomski fakultet Univerziteta u Bihaću
- Predsjednik povjerenstva za obranu magistarskog rada „Doprinos istraživanja marketinga kvalitetnijem odlučivanju u trgovini naftom i naftnim derivatima“, kadidat Venan Hadžiselimović, odluka br. 06-200-001-0519/09 od 1.7.2009. , Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici
- Predsjednik povjerenstva za obranu magistarskog rada „Alternativni kanali distribucije u bankarskom sektoru u Federaciji

	Bosne i Hercegovine“, kandidatkinja Jelena Lončar,
Aktivnosti u organizaciji kongresa, simpozija i znanstvenih konferencija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Član Organizacijskog odbora Međunarodne konferencije „Economic theory and practice: meeting the new challenges“, Mostar, 2011. 2. Član stalnog povjerenstva Županije zapadnohercegovačke za polaganje stručnih ispita u području ekonomije od 2011 –2015 3. Voditelj Stručne prakse i zamjenik voditelja Centra za cjeloživotno učenje, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru,2011.-2012. Godine 4. Croatian Direct Marketing Association Conference, CRODMA Conference 2017. Varaždin (member of the programme committee and reviewer)
Ostalo	<ul style="list-style-type: none"> - Voditelj Stručne prakse, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 2011.-2012. godine - Zamjenik voditelja Centra za cjeloživotno učenje, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 2011.-2012. godine - Voditelja odjela za marketing u osiguravajućem društvu «Hercegovina osiguranje» od 1998. do 2003. godine