

Ime i prezime	Arnela Bevanda
Ustanova zaposlenja	Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
E-mail	arnela.bevanda@ef.sum.ba
Kontakt telefon	00387 36 355 100
Dosadašnji izbori u zvanje	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 1997-2003 mlađi asistent ➤ Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2003-2008 asistent ➤ Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2008-2013 docent ➤ Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2014- 2020 izvanredni prof. ➤ Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2020 –trajno redoviti profesor
Kratki životopis (opis kretanja u struci)	<p>Obrazovanje</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diplomski rad „Efekti carinske zaštite u maloj zemlji“, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 1996.godine, ➤ Magistarski rad „Marketing u osiguranju-pozicioniranje Hercegovina osiguranja na ciljnom tržištu“, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2003.godina ➤ Doktorska disertacija „Utjecaj integrirane marketinške komunikacije na kreiranje imidža financijskih institucija“ , Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2008. Godina <p>Radno iskustvo</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1997-do danas, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru ➤ 1998-2003, Hercegovina osiguranje d.d , Mostar <p>Angažmani na drugim ustrojbenim jedinicama i sveučilištima</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Dodiplomska nastava</i> ➤ Fakultet prirodno matematičkih znanosti Sveučilišta u Mostaru od 2012. do danas ➤ Ekonomski fakultet Sarajevo, Univerzitet u Sarajevu od 2008.-2009. ➤ Ekonomski fakultet Bihać, Univerzitet u Bihaću, 2009.-2012. ➤ Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2008.-2013.

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Poslijediplomska nastava</i> ➤ Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2008.-2013. - <i>Doktorske studije</i> ➤ Filozofski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 2015./2016.- danas ➤ Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru
Usavršavanje u zemlji i inozemstvu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seminar „Kako upravljati markom proizvoda i usluga u savremenoj poslovnoj praksi“, u organizaciji Ekonomskog fakulteta Sarajevo, predavač Philip Kotler, Sarajevo listopad, 2006. ➤ Seminar „Uspješno upravljanje proizvodima i markama“, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Sarajevo, 11.12.2014. ➤ Seminar "Optimalno investiranje u marketing i povećanje povrata na investirano", Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Sarajevo, 18.02.2016. ➤ ERASMUS + programme, Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, 12.-16.3.2018.
Pozvana predavanja	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doktorske studije - Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, kolegij Teorije marketinga, 2012. godina
Projekti , programi, radionice...	<ul style="list-style-type: none"> ➤ „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 ➤ Unapređenje ispunjenosti kriterija za institucionalnu akreditaciju na Ekonomskom fakultetu, Federalno ministarstvo obrazovanja i nauke, 2012. godine, sudionik ➤ Quality in Research 517097- TEMPUS-JPGR, član tima ➤ INTERFACE- Developing and setting up measures for initiating, enhancing and sustaining HE-Society Cooperation-511224- TEMPUS-JPHES, 2010.-2014., član tima ➤ Poduzetništvo studenata-od ideje do realizacije poduzetničkih projekata, Ekonomski fakultet uz potporu Federalnog ministarstva razvoja, poduzetništva i obrta, 2016-2017. Godine ➤ Primjena integriranog marketinga u poslovanju malog i srednjeg poduzetništva, Hrvatska udruga za direktni i interaktivni marketing, Varaždin, Republika Hrvatska, 2020.godine
Objavljene knjige i poglavlja u	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bevanda, A., (2007), <i>Poglavljja: II Planiranje marketinških aktivnosti</i>, pp. 89-97. i <i>XV Primjena marketinga u posebnim područjima</i>-poglavljja: 15.1. Marketing poslovnih tržišta, pp. 507-523. i 15.2.

knjigama	Marketing usluga, pp. 524-547, U Kukić, S., (red.), „Marketing“, Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet Mostar, ISBN 978-9958-690-36-5
	2. Bevanda, A., (2013) „Marketinška komunikacija“, Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet Mostar, ISBN 978-9958-690-91-4
	3. Bijakšić Martinović, S., Bevanda, A., Markić, B., (2014) „Marketing i metrika, marketinški splet: podaci i mjerila“, HKD Napredak – ISBN 978-9958-841-10-1
	4. Bevanda, A., Šantić, M., Bijakšić, S., (2019.) „Marketinška komunikacija u turizmu“, Sveučilište u Mostaru, PRESSUM, Mostar, ISBN 978-9958-16-117-9
Radovi objavljeni u časopisima	1. Bevanda, A., „Promocijske aktivnosti osigurateljnih institucija“, MOSTARIENSIA-časopis za društvene i 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., Klepić, Z., „Planiranje i provedba aktivnosti integrirane marketinške komunikacije u poduzećima regije Hercegovina“, Marketing and sustainable development, Osijek, 2010., ISBN 978-953-253-074-2, pp 404-419
	4. 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.
	5. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „Business Intelligence and Analysis of Selling in Retail“, Informatologia 47, 2014., 4, UDK:349.22:3:364.07; ISSN 1330-0067, str. 222-231
	6. Bijaksic, 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
	7. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „Upravljanje znanjem za mala i

	<i>srednja poduzeća</i> “, MOSTARIENSIA časopis za društvene i humanističke znanosti, Sveučilište u Mostaru, god.18, br. 1-2-Prosinao 2014., ISSN 1023-8638, str. 167-182,
	8. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Industrijalizacija i rast bruto društvenog proizvoda</i> “; 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
	9. Markić, B., Bijakšić,S., Bevanda, A., „ <i>Marketing metrics in data driven culture</i> “, Journal of Business Management and Economics 3:4, April, 2015., ISSN:2347-5471
	10. Bevanda, A., „ <i>Djelo obrazovne i praktične namjene</i> “, 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
	11. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „ <i>Attitudes and opinions of young population on the concept of the internet as a form of integrated marketing communication</i> “, European Journal of Business and Economics, Vol 10, No 2, 2015., Print ISSN 1804-5839, On-line ISSN 1804-9699, str. 32-36
	12. Šantić, M., Bevanda,A., Bijakšić, S., „ <i>Influence of media on creation of a tourist destination image</i> “ preuzeo i objavio časopis Informatologia br.49., 2016, ISSN 1330-0067, str. 180-189
	13. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Model of structural equation of influence knowledge economy on growth of gross domestic product</i> “, 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
	14. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Sentiment analysis of social networks as a challenge to the digital marketing</i> “, Ekonomski vjesnik/ECONVIEWS, God.XXIX, BR. 1/2016, str. 95-107
	15. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Customer Intelligence Analytics on Social Networks</i> “, Expert Journal of Marketing, 4 (1), 2016., ISSN 2344-6773, str. 24-30
	16. Anić, I.D., Ciunova-Shuleska, A., PiriRajh, S., Rajh, E., & Bevanda,A.,

	<p>„Differences in consumer decision-making styles among selected south-east European countries“, Economic Research– Ekonomska istraživanja, 06, december, 2016., Vol.29, No.1, ISSN 1331-677X (print) 1848-9664 (Online), str.665-681</p>
	<p>17. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Neuronske mreže u prognoziraju ekonomskog rasta kao indikatora konvergencije integracijskog procesa“, Acta economica, 2017., god. XV, br.26, ISSN 1512-858X, e-ISSN 2232-738X, str. 179-197</p>
	<p>18. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „Ekspertni sustavi za određivanje cijena kao dio marketinškog spleta“, Informatologija, br. 50, 3-4, UDK 007:002:02; ISSN 1330-0067, Zagreb, 2017., str.141-151</p>
	<p>19. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „Decision Support System for Marketing Metrics“, Springer Proceedings in Business and Economics Economy, Finance and Business in Southeastern and Central Europe, 2018., ISSN 2198-7246, str. 741-755</p>
	<p>20. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „Komunikacija na društvenim mrežama i razvoj imidža brenda“, HUM, 2018., UDK 378.61(497.6)009, ISSN 1840-233X, Online 2303-7431, str. 233-249</p>
	<p>21. Bevanda, A, Bijakšić, S., „Strategic silence in Crisis Communication- When is it Better to Remain Silent?“, South Eastern European Journal Communication, vol.2, br.3.</p>
Radovi objavljeni u zbornicima sa znanstvenih konferencija	<p>1. 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.</p>
	<p>2. 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.</p>
	<p>3. Bevanda, A., Mahmutović, H., Mabić, M., „Analiza utjecaja marketinške komunikacije na efikasnost poslovanja finansijskih institucija u Federaciji Bosne i Hercegovine“, Business Development Conference, Razvoj poslovanja, Petković, D., (urednik), 2010., ISSN 1840-4006, str. 351.-359.</p>

	<p>4. Bevanda, A., Mahmutović,H. ,Mabić,M., „<i>Influence of image as psychological construct on business effectiveness of financial institutions in the Federation of Bosnia and Hercegovina</i>“, A boat trip through economic change, IAREP/SABE/ICABEEP, Cologne, 2010, ISBN 978-3-89967-651-8</p>
<p>5. Bevanda, A., Mabić,M., Mahmutović,H., „<i>Mjerenje razine kvalitete usluge na bazi korisničke percepcije u finansijskom sektoru Federacije Bosne i Hercegovine</i>“, 7th Research/Expert Conference with International Participation, Quality2011, University of Zenica, Brdarević,S., Jašarević,S., (urednici), 2011., ISSN 1512-9268, str.179.-183.</p>	
<p>6. Bevanda, A., Mabić, M., Zalihić, A., „<i>Kvaliteta u zdravstvu-percepcija pacijenata Doma zdravlja Mostar</i>“, 7th Research/Expert Conference with International Participation, Quality 2011, Brdarević, S., Jašarević, S., (urednici), 2011., ISSN 1512-9268, str.973.-979.</p>	
<p>7. Bevanda, A., Bijakšić, S., Mabić, M., „<i>Differences in the image perception between financial institutions' employees and clients</i>“, 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.</p>	
<p>8. Bijakšić, S, Bevanda, A., Mabić, M., „<i>Influence of the internet as a communication medium on young people</i>“, 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.</p>	
<p>9. Šantić, M., Bevanda., A., Bijakšić.,S., „<i>Utjecaj motiva dolaska u turističku destinaciju na zadovoljstvo kvalitetom turističke usluge – slučaj Gradac</i>“, Razvoj kompetitivnih resursa za potrebe turizma u zemljama regiona jugoistočne Europe, (28-31, mart 2012. Jahorina), Zbornik radova Konferencija – Razvoj ljudskih resursa u turizmu, Univerzitet u Istočnom Sarajevu, ISBN 978-9958-0912-0-9, str,461-473</p>	
<p>10. Bijakšić, S., Jelčić, S., Bevanda, A., „<i>Dimensions of retail service quality through customers'perception</i>“, 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-</p>	

	0408, ISBN 978-953-253-105-3, str.1109.-1122.
	11. Šantić, M., Bevanda, A., Bijakšić, S., „ <i>Utjecaj motiva dolaska u turističku destinaciju na zadovoljstvo kvalitetom turističke usluge-služaj Gradac n/m</i> “, Tourism Human Resources Development, Jahorina, Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Ateljević, J., (urednik), 2012., ISBN 978-9958-0912-0-9, str. 461.-473.
	12. Bevanda, A., Mabić, M., Šantić, M., „ <i>Role of the internet in creating the tourist destination image</i> “, 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
	13. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda A., „ <i>Text mining i analiza stavova i mišljenja o turističkoj destinaciji na društvenim mrežama</i> “, 1 st 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.
	14. Šantić, M., Bevanda, A., Bijakšić, S., „ <i>Marketing communication and tourism-Influence of sales promotion, as a form of integrated marketing communications, in creation of a tourist destination image</i> “, 1 st 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.
	15. Bijakšić, S., Bevanda, A., Šantić, M., „ <i>Marketinško komuniciranje i turizam-Utjecaj unapređenja prodaje kao oblika integrirane marketinške komunikacije u kreiranju imidža turističke destinacije</i> “, rad prezentiran na međunarodnoj konferenciji The Challenges of today, Tourism today for tomorrow, i objavljen u 1 st 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.

	<p>16. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „<i>Discovering brand influence on sales and profitability</i>“, Third REDETE CONFERENCE, Faculty of Economics University of Banja Luka, April 2014., ISBN 978-99938-46-54-3, str.556-571,</p>
	<p>17. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda A., „<i>Business Intelligence and Analysis of Selling in Retail</i>“, 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 978-953-6226-27-6, str.764-772</p>
	<p>18. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „<i>Expert pricing system as part of marketing mix</i>“, Society&Technology 2015., Dr.Juraj Plenković, XXII. International Scientific Conference, Opatija, ISBN 978-953-6226-30-6, str. 450-460</p>
	<p>19. Šantić, M., Bevanda,A., Bijakšić, S., „<i>Influence of media on creation of a tourist destination image</i>“, Society&Technology 2015., Dr.Juraj Plenković, XXII. International Scientific Conference, Opatija ISBN 978-953-6226-30-6, str. 471-481</p>
	<p>20. Šantić, M., Bevanda,A., Bijakšić, S., „<i>Adriatic coast's tourist market segmentation based on tourist destination image factors</i>“, IV REDETE CONFERENCE; pp. 758-768, ISBN 978-99938-46-54-3, Graz, Austria, October, 22-24, 2015</p>
	<p>21. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „<i>Electronic marketing influence on entrepreneurship in period of transition</i>“ IV REDETE CONFERENCE; pp. 816-830, ISBN 978-99938-46-54-3, Graz, Austria, October, 2015., str. 22-24</p>
	<p>22. Bijakšić, S Markić, B, Bevanda, A., „<i>Social networks as Challenge for marketing Intelligence</i>“, 1st Croatian Direct Marketing Association Conference, Book of Papers, 2016., ISSN 2459-7953, str.121-133</p>
	<p>23. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „<i>Data driven marketing as challenge for entrepreneurship</i>“, ECONOMIC DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP ECONOMIC DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP IN TRANSITION ECONOMIES: Is free trade working for transitional and developing economies? , 5th REDETE CONFERENCE, Belgrade , 2016., ISBN 978-99938-46-54-3, str.736-752</p>
	<p>24. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „<i>Utjecaj ekspertnih sustava na inovacije u turističkoj ponudi</i>“, 3. međunarodna znanstveno-</p>

	<p>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 Cavić, Tomislav Rimac, Dragan Zlatović, ISSN 1846-6656 GOD. 11. BROJ 5/2017., str 156-165</p>
	<p>25. 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, Varaždin, 2017., ISSN 2459-7953, str.101-114</p>
	<p>26. Bijakšić, S., Bevanda, A., Ćorić, N., „<i>Attitudes and opinions of consumers about message in communication campaigns</i>“, „САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ“, „МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МЕЖДУНАРОДНОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ“, N.M.Major et al.(ur)., Sankt-Peterburg, 2019., ISBN 978-5-4334-0425-0, str 17.-20</p>
<p>Radovi prezentirani na domaćim i međunarodnim konferencijama</p>	<p>1. Kukić, S., Bevanda, A., Šantić, M., „<i>Influence of socio-demographic characteristics of tourists on their satisfaction with general impression about tourist destination</i>“, International Conference on Business and Management-2013, Izmir, Turkey 26.-27.04.2013.</p>
	<p>2. Bevanda, A., Bijakšić, S., Markić, B., „<i>Internet as a Communication medium in Young People's Lives</i>“, International Conference on Business and Management-2013, ICBM; Izmir, Turkey , 26.-27.04.2013..</p>
	<p>3. Bijakšić, S., Bevanda, A., Jelčić, S., „<i>Influence of advertising messages on young consumers' attitudes and opinions</i>“, International Conference on Business and Management-2013., Izmir, Turkey, 26.-27.04.2013.</p>
	<p>4. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda A., „<i>Business Intelligence and Analysis of Selling in Retail</i>“, XXI. International Scientific Conference Society and Technology, Opatija, Croatia, 28-30 June, 2014</p>
	<p>5. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „<i>Discovering brand influence on sales and profitability</i>“, Third REDETE CONFERENCE, Faculty of Economics University of Banja Luka, April 2014.</p>
	<p>6. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „<i>Expert pricing system as part of marketing mix</i>“, Society&Technology 2015., Dr.Juraj Plenković,</p>

	XXII. International Scientific Conference, Opatija, Croatia, 28-30 June, 2015
	7. Bijakšić, S., Markić, B., Bevanda, A., „ <i>Decision support system for marketing metrics</i> “, 8th International Conference EBEEC 2016, Split, Croatia, May 5-8, 2016, (rad preuzeo i objavio Springer Proceedings in Business and Economics Economy, Finance and Business in Southeastern and Central Europe – 2018)
	8. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Data driven marketing as challenge for entrepreneurship</i> “, ECONOMIC DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP ECONOMIC DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP IN TRANSITION ECONOMIES, 5th REDETE Conference, Belgrade , Serbia, 28-30 October, 2016.,
	9. Bijakšić, S Markić, B, Bevanda, A., „ <i>Social networks as Challenge for marketing Intelligence</i> “, 1 st Croatian Direct Marketing Association Conference, Varaždin, Croatia, 20-21- October, 2016.
	10. Markić, B., Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Utjecaj ekspertnih sustava na inovacije u turističkoj ponudi</i> “, 3. međunarodna znanstveno-stručna konferencija "Izazovi današnjice: održivi obalni i pomorski turizam", Šibenik, Croatia, October 12-14, 2017.
	11. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Komunikacija na društvenim mrežama i razvoj imidža brenda</i> “, PR Days Mostariensis međunarodna znanstveno – stručna konferencija, Mostar, 23. i 24. Studeni, 2017.
	12. Markić, B, Bijakšić, S., Bevanda, A., „ <i>Neuronske mreže u prognoziraju ekonomskog rasta kao indikatora konvergencije integracijskog procesa</i> “, Naučni skup „Ekonomske politike malih zemalja u uslovima evropskih integracija“, Banja Luka, 7.i 8. Februar, 2017.
	13. Bijakšić, S., Bevanda, A., Ćorić, N., „ <i>Attitudes and opinions of consumers about messages in communication campaigns</i> “, II International Applied Research „Conference Intercultural Communication:Strategies and Techniques in International Liberal Arts Education“, Sankt-Peterburg, 21-29 May, 2018, Sankt Peterburg; (Rad preuzeo i objavio САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ“, 2018 „МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МЕЖДУНАРОДНОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ“, N.M.Major et al.(ur)., Sankt-Peterburg, ISBN 978-5-4334-0425-0, str. 17.-20)

	<p>14. Bevanda, A., Bijakšić, S., „<i>Strategic silence in Crisis Communication-When is it Better to Remain Silent?</i>“, PR Days Mostariensis, međunarodna znanstveno – stručna konferencija, Mostar, 20.-22. Studeni, 2019.</p>
Recenzije	<p><i>Recenzent udžbenika</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bijakšić Martinović, S., „<i>Marketinški kanali i suvremeni trendovi u prodaji</i>“, HKD Napredak, Mostar, 2014, ISBN 978-9958-841-08-8 2. Čutura, M., „<i>Poslovna etika i društvena odgovornost u području marketinga</i>“, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, 2016., ISBN 978-9958-16- 073-8. 3. Nanić, A., Poduzetnički marketing, Univerzitet u Bihaću- <p><i>Recenzent u časopisima</i></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. International Scientific and Professional Journal-CroDiM 4. Journal of Economy and Business - Zbornik radova, izdavač Ekonomski fakultet Mostar, Bosna i Hercegovina 5. Croatian Direct Marketing Association Conference, October, 2017 i 2018., Varazdin, Republika Hrvatska
Obrazovanje znanstvenog kadra/mentorstva	<p>➤ <i>Mentorstvo diplomskih radova studenata</i></p> <p>Mentor na izradi preko 60 diplomskih radova</p> <p>➤ <i>Mentorstvo magistarskih znanstvenih radova</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. „Analiza stupnja kvalitete turističke usluge“, kandidat Marko Šantić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2. „Analiza zadovoljstva prepaid korisnika uslugama mobilne telefonije“ kandidatkinja Slavena Begić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2012. 3. „Brand kao izvor konkurentnosti proizvoda“ kandidatkinja Zora Barbarić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, 2015. <p>➤ <i>Mentorstvo doktorskih disertacija</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. „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

	<p>➤ <i>Sudjelovanje u povjerenstvima za magistarske znanstvene i doktorske radove</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. „Utjecaj integrirane marketinške komunikacije na kreiranje imidža marke proizvoda s aspekta ponašanja potrošača“ kandidatkinja Sanda Ćorić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 2. „Utjecaj osobne prodaje kao pristupa klijentima banaka na ponašanje potrošača bankarskih usluga“, kandidat Saša Marić, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru 3. Predsjednik povjerenstva za obranu magistarskog rada „Doprinos istraživanja marketinga kvalitetnijem odlučivanju u trgovini naftom i naftnim derivatima“, kadidat Venan Hadžiselimović, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici 4. „Marketinški problemi u ženskom malom poduzetništvu u Bosni i Hercegovini: procjene i mogući načini prevazilaženja“ kandidatkinja Munire Šestić, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici 5. „Istraživanje zadovoljstva korisnika javnih usluga u organima lokalne samouprave“ kandidat Suad Huskića, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Zenici 6. „Utjecaj masovnih medija na proces donošenja odluke o izboru marke proizvoda s posebnim osvrtom na potrošače na području USK“ , kandidatkinja Menita Alibabić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Bihaću 7. Predsjednik povjerenstva za obranu magistarskog rada „Alternativni kanali distribucije u bankarskom sektoru u Federaciji Bosne i Hercegovine“, kandidatkinja Jelena Lončar, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru
Članstvo organizacijskog znanstvenog ili programskog odbora skupa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Član Organizacijskog odbora Međunarodne konferencije „Economic theory and practice: meeting the new challenges“, Mostar, 2011. 2. Član Programskog odbora odbora XII naučno-stručnog skupa privrednika i naučnika „ Lin transformacija i digitalizacija privrede Srbije-SPIN“, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, Centar za operacioni menadžment, Beograd, 7. i 8.11.2019. 3. Član programskog odbora 5th Croatian Direct Marketing Association Conference CRODMA 2020
Članstvo uredništva časopisa, zbornika i različitih edicija	<p>➤ Član uređivačkog odbora znanstvenog časopisa „Economic Perspectives“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Bihać</p>
Ostalo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Voditelj Stručne prakse, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 2011.-2012. Godine 2. Zamjenik voditelja Centra za cjeloživotno učenje, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, 2011.-2012. Godine 3. Obuka uposlenika BOR banke - REVICON DOO Sarajevo, 2013.,

	<p>predavač</p> <ol style="list-style-type: none">4. Član stalnog povjerenstva Županije zapadno-hercegovačke za polaganje stručnih ispita u području ekonomije od 2011. godine do 2015.5. Član komisije za polaganje završnih ispita Programa usavršavanja predsjednika i članova nadzornih odbora i Uprava privrednih/gospodarskih društava sa učešćem državnog kapitala, 2010.- do danas6. Marketing Managment Forum JP Hrvatske telekomunikacije, 2017., Mostar, predavač,7. Član Povjerenstva za smotru Sveučilišta u Mostaru 2020.
--	--