

УНИВЕРЗИТЕТУ „ЏОН НЕЗБИТ“  
ФАКУЛТЕТУ  
БЕОГРАД

ЗАВРШНИ РАД НА СТУДИЈАМА ТРЕЋЕГ СТЕПЕНА -ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

*(навести: ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА ИЛИ УМЕТНИЧКИ ПРОЈЕКАТ)*

На основу одлуке Сената Универзитета од \_\_\_\_\_, пошто смо проучили урађену  
\_\_\_\_\_ ПОД НАЗИВОМ:

*(навести: ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА ИЛИ УМЕТНИЧКИ ПРОЈЕКАТ)*

**Управљање маркетингом у високим школама струковних студија са посебним  
освртом на здравствене струковне школе**

кандидата: мастер, Лазар Јанић \_\_\_\_\_ подносимо следећи:  
(звање, име и презиме кандидата)

## РЕФЕРАТ

### **1. Основни подаци о кандидату, докторској дисертацији/ уметничком пројекту**

*(Елементарни подаци о кандидату, наслову рада, обиму и библиографским подацима)*

Кандидат Лазар Јанић је рођен 01. 04. 1985. године у Београду. После гимназије, уписао је и завршио Геоекономски факултет (сектор за Латинску Америку и Карибе) на Мегатренд универзитету. На истом Универзитету завршио је мастер студије (сектор за Русију) и специјалистичке академске пословне студије - Менаџмент здравствених установа. У школској 2014/15. години уписао је заједнички програм докторских студија Факултета за пословне студије и Факултета за међународну економију Мегатренд универзитета у Београду.

У току 2011. године био је ангажован према уговору о обављању привремених и повремених послова у Градској управи града Београда (служба дечје заштите).

Од 1.10.2012. године запослен је у Високој здравственој школи струковних студија у Београду као наставник практичне наставе. Од новембра 2015. године је предавач у истоименој школи, на предметима Економика у здравству и Менаџмент у исхрани.

Кандидат је **објавио следеће радове:**

1. Исаиловић Г, Ђорђевић Ј, **Јанић Ј**, Аврамовић И, Љубенковић Е. (2011): **Medical SPA програми у континуираној едукацији здравствених радника**. Зборник радова са Конгреса здравствених радника Србије са међународним учешћем, Златибор, 26–30.10.2011.
2. Ђирић Н, Мирић М, **Јанић Ј**, Ђирић М, Вуковић М. (2012): **Улога јавно-приватног партнерства, маркетинга и менаџмента у развоју одрживих делатности - посебно одрживог туризма**. Економски аспекти еколошке политике. Институт економских наука; 2012.
3. Лазаревић А, Ђорђевић Ј, **Јанић Ј**. (2012): **Ставови студената у вези са традиционалном медицином**. Зборник радова са Симпозијума здравствених радника Србије са међународним учешћем, Златибор, 6.-10.6. 2012.
4. **Јанић Ј**, Милетић Ј, Ђорђевић Ј. (2013): **Економика у здравству као наставни предмет на школама/факултетима хуманистичког усмерења**. Зборник радова са Симпозијума здравствених радника Србије са међународним учешћем, Златибор, 5.6-9.6. 2013.
5. Ђармати Д, Исаиловић Г, **Јанић Ј**, Мандић А, Ђорђевић Ј. (2013): **Претраживање сервиса научне и стручне литературе путем интернета**. Зборник радова са Симпозијума здравствених радника Србије са међународним учешћем, Златибор, 5.6-9.6. 2013.
6. Miletić L, **Janić L**, Djordjević J, Terescenko S. **The role and importance of health economics from the standpoint of high education health institutions**. International Journal of Economics and Law 2013; 2 (5): 79-83.
7. **Јанић Ј**, Ђорђевић Ј, Стојиљковић А, Мандић А, Бабић Б. (2014): **Економично коришћење портабл програма за потребе израде и презентовања научно-стручних садржаја**. Зборник радова са Симпозијума здравствених радника Србије И категорије: „Знање у акцији” (са међународним учешћем), Златибор, 28.05-01.06.2014 год
8. **Јанић Ј**, Костић Ј, Кулић С, Станковић С, Кулић Ј, Лазаревић А, Арсић-Комљеновић Г, Анђелски Х. **Квалитет живота особа са инвалидитетом и њихових породица**. Здравствена заштита. 2014; 43(2):32-38.

9. **Јанић Л, Јовчић Љ. Локални економски аспекти глобалних климатских промена.** Ecologica - International Conference on Ecological Crisis: Technogenesis And Climate Change. 2016; 173. (M51)

10. **Јанић Л, Кнежевић М, Ђорђевић Ј. Ставови студената о образовању струковних здравствених радника.** Годишњак Факултета за културу и медије: комуникације, медији, култура. 2015; (7):649-666. (M53)

Дисертација под називом: „Управљање маркетингом у високим школама струковних студија са посебним освртом на здравствене струковне школе“ изложена је на 207 страна. Рад се састоји из четири дела, којима претходи увод, а следе закључна разматрања. Приложен је и апстракт на српском и енглеском језику. Кандидат се приликом израде рада служио обимном домаћом и страном стручном литературом.

## **2. Предмет и циљ докторске дисертације/уметничког пројекта**

*(Показати да је реч о оригиналној идеји, значајној за развој научне или уметничке области)*

У последњих неколико година земље у транзицији суочавају се са значајним променама у управљању, структури и статусу високог струковног образовања. У случају Србије, тржишна оријентација, као и тежња да се државни буџет растерети у погледу јавне потрошње могу одвести образовни систем у неколико праваца: приватизацију, диверсификацију, децентрализацију, интернационализацију и повећану конкуренцију.

Полазна претпоставка у дисертацији је да ли се неки од главних маркетиншких концепата који су развијени за профитни сектор могу и у којој мери применити у високом образовању и какве су модификације потребне у том прилагођавању. Сектор високог образовања има две главне карактеристике од утицаја на маркетиншке стратегије које се могу применити. Пре свега, високо образовање се у нашој земљи третира као непрофитни сектор, стога маркетиншки концепти које се примењују у профитном сектору овде нису аутоматски примењиви и друго, високо образовање је услужна делатност, дакле све специфичности управљања маркетингом услужних организација могу се односити и на маркетинг у високом образовању.

Основни предмет истраживања је управљање маркетингом у високим школама струковних студија са посебним освртом на здравствене струковне школе. Да би се овако дефинисан предмет истраживања могао на целовит начин истражити неопходно га је рашчланити

на његове саставне структуралне чиниоце.

*Први структурални чинилац предмета истраживања* обухвата методолошки оквир истраживања са тежиштем на формулисање проблема истраживања, одређење предмета истраживања, дефинисање научних и друштвених циљева истраживања, постављање хипотетичког оквира истраживања, одређењу начина истраживања и научне и друштвене оправданости докторске дисертације.

*Други структурални чинилац предмета истраживања* обухватиће теоријски оквир докторске дисертације са тежиштем на теоријском одређењу управљања уопште и управљања у високом образовању посебно са тежиштем на дефинисању управљања студијским програмима струковних студија здравственог струковног образовања.

*Трећи структурални чинилац предмета истраживања* обухватиће управљање маркетингом у образовању са тежиштем на анализи владајућих трендова у маркетингу образовања, посебно у маркетингу високог струковног образовања у области здравства.

*Четврти структурални чинилац предмета истраживања* чини маркетиншки приступ тржишту услуга високог образовања, либерализација тржишта услуга високог образовања у сусрет профитним услугама високог образовања и компаративна анализа оглашавања високих здравствених струковних школа у Србији и земљама у окружењу

*Пети структурални чинилац обухвата* примену управљања маркетингом у високим струковним школама здравственог образовања, са предлогом концептуалног маркетиншког, промотивног модела студијских програма високих струковних школа здравственог усмерења.

У дисертацији је значајна пажња посвећена и односу државног и приватног струковног образовања и потреби за бољим управљањем маркетингом у овом значајном сегменту високог образовања, који се не сме занемарити као фактор снажног утицаја тржишта на образовне процесе.

*Просторно гледано*, предмет истраживања обухвата територију Републике Србије, а у делу компаративне анализе управљања маркетингом у високом образовању и територије Републике Српске, Републике Македоније, Републике Хрватске и Републике Црне Горе.

*Временски посматрано*, предмет истраживања обухвата период од 1998. до 2016. године.

*Дисциплинарно*, предмет истраживања припада научном пољу друштвено-хуманистичких наука, научним областима управљања, маркетинга, комунологије, односа с јавношћу и

педагошких наука.

### ***Научни циљеви докторске дисертације***

Научни циљеви истраживања су: *deskрипција (опис), класификација и типологизација* управљања маркетингом образовних установа нивоа струковних студија у тржишним условима, тежишно у области здравственог образовања, те *откриће и научно објашњење* чинилаца новог концептуалног модела промоције студијских програма високих струковних школа здравственог усмерења на тржишту високог образовања који ће бити последица промена начина финансирања високог школства.

### ***Друштвени циљеви докторске дисертације***

Основни друштвени циљ докторске дисертације је да се на основу резултата теоријско-емпиријског истраживања оформи општа слика о могућностима примене маркетинга у систему образовања, и спознају досадашња искуства на овом пољу. На бази тих сазнања могу се подстакнути активности на формулисању јединственог модела управљања маркетингом у високом образовању и његовог утицаја на тржишно позиционирање струковних образовних установа.

Осим тога, резултати истраживања могу да представљају добру платформу за формулисање циљева и задатака управљања високо образовним институцијама.

## **3. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању**

*(Објаснити да ли су хипотезе научно потврђене или оборене)*

Хипотетички оквир истраживања у овој докторској дисертацији чини једна генерална (општа) и четири посебне хипотезе са њима припадајућим појединачним хипотезама и индикаторима истраживања.

### **3.1. Генерална (општа) хипотеза истраживања**

*Уколико се студенту приступи као потрошачу услуга, утолико је лакше одредити моделе управљања маркетингом у високом струковном образовању.*

### **3.2. Посебне хипотезе истраживања**

**Посебна хипотеза (X-1):** Уколико се правилно примене принципи управљања маркетингом утолико ће се допринети имиџу и бољем позиционирању институција високог образовања на тржишту услуга образовања.

**Појединачна хипотеза (X1-1):** Принципи управљања маркетингом у високим здравственим школама разликују се од принципа управљања маркетингом у осталим високим струковним школама.

*Индикатори:* писани искази у научној и стручној литератури посвећени тржишту интелектуалних услуга, друштвено-хуманистичким наукама (комуникологија, маркетинг, менаџмент, економија), налази експерата, познавалаца ове области.

**Појединачна хипотеза (X1-2):** Принципи управљања маркетингом у високим здравственим школама чији је оснивач држава разликују се од принципа управљања маркетингом у високим здравственим школама чији је оснивач правно или физичко лице.

*Индикатори:* писани искази у научној и стручној литератури о принципи управљања маркетингом у високим здравственим школама и усмени искази маркетинг експерата.

**Посебна хипотеза (X-2):** *Уколико се примени принцип једнакости у смислу финансирања студија и запошљавања дипломираних студената струковних студија без обзира на оснивача, утолико ће моћи да се једнако примене елементи управљања маркетингом.*

**Појединачна хипотеза (X2-1):** Либерализација тржишта струковног здравственог образовања довела би до равномерније одређености кандидата за студијске програме високих струковних школа здравствене струке без обзира на оснивача високе школе.

*Индикатори:* писани искази у научној и стручној грађи о сегментацији тржишта, таргетирању циљних група и примењеним тржишним истраживањима, с посебним освртом на писане исказе испитиваних ученика њиховим мотивима и разлозима за упис на студијске програме струковних студија здравствене струке.

**Појединачна хипотеза (X2-2):** Модел финансирања државних високих струковних школа ставља исте у повлашћени положај због којег нису изражене потребе за применом управљања маркетингом у овом сегменту високог образовања.

**Посебна хипотеза (X-3):** *Одређивање кандидата за избор високе струковне школе зависи од примењеног маркетиншког приступа тржишту услуга високог образовања и либерализације тржишта услуга у области високог образовања, посебно високог струковног образовања у области здравства.*

**Појединачна хипотеза (X3-1):** Управљање маркетингом у високом образовању усмерено ка потребама тржишта рада обезбеђује већу конкурентност високих здравствених школа струковних студија у односу на остале високе струковне школе.

*Индикатори:* писани и вербални искази о управљању маркетингом у високом образовању, посебно у високом струковном образовању у области здравства. Статистички подаци о конкурентности високих здравствених школа у односу на остале струковне школе на тржишту високог образовања у Србији.

**Појединачна хипотеза (X3-2):** Управљање маркетингом у високом струковном образовању у Србији и земљама у транзицији у региону има заједничке карактеристике.

*Индикатори:* писани и вербални искази и статистички подаци о управљању маркетингом у високом образовању, посебно у високом струковном образовању у области здравства у земљама у окружењу.

**Посебна хипотеза (X-4):** *Постојећи модели управљања маркетингом у високим струковним школама здравственог образовања су превазиђени, због чега је неопходно открити елементе новог концептуалног маркетиншког модела студијских програма високих струковних школа здравственог усмерења.*

**Појединачна хипотеза (X4-1):** Високе здравствене школе чији је оснивач правно или физичко лице имају флексибилнији однос према изменама наставних планова и програмских

садржаја чиме остварују конкурентску предност у односу на државне високе школе.

Индикатори: писани искази о флексибилности измена наставних планова и програмских садржаја и статистички подаци о конкурентској предности приватних високих школа струковних студија у односу на државне високе школе струковних студија.

**Појединачна хипотеза (X4-2):** Промењени услови тржишта рада и развоја информационих технологија захтевају нове моделе управљања маркетингом у високим струковним школама у области здравства.

*Индикатори:* писани и вербални искази о променама на тржишту рада и новим могућностима примене маркетинга путем савремених електронских мрежа. Статистички подаци анкетираних ученика и стручне јавности о новим моделима управљања маркетингом у високом образовању, посебно високом струковном образовању у области здравства.

#### 4. Кратак опис садржаја

Докторска дисертација се састоји из четири дела.

Након увода следи методолошко- хипотетички оквир истраживања. Кандидат је пошао од проблема истраживања. У складу са предметом истраживања одређени су научни и друштвени циљеви истраживања. Генерална, посебне и појединачне хипотезе постављене су у сагласности са теоријским и операционалним одређењем предмета истраживања.

Други део докторске дисертације представља *Основе управљања маркетингом у образовању*. Трећи део се односи на *управљање маркетингом у струковним здравственим високим школама*. Резултати истраживања су представљени у четвртм делу докторске дисертације. У овом делу су приказани задаци истраживања, хипотезе, зависне и независне варијабле, као и индикатори истраживања. Потом су образложене методе, технике и инструменти који су примењени у истраживачком процесу. Након приказа и објашњења узорка испитаника, следи статистичка обрада података.

Закључак, прилози и литература приказани су на крају рада.

## 5. Остварени резултати и научни допринос

*(Конкретно навести допринос научној, стручној или уметничкој области)*

Пораст броја образовних институција које послују на маркетиншким принципима поприма тренд раста. Последице неразумевања потребе за применом маркетиншких стратегија су присутне на тржишту и наносе материјалну штету образовним институцијама на економском, али и на социјалном плану, као и на плану тржишта рада. Остварени резултати истраживања у овој докторској дисертацији су потврдили хипотетички претпоставку о неопходности другачијег погледа на управљање маркетингом у образовању, посебно у високом струковном образовању, уважавајући механизме тржишног деловања.

Посебан научни допринос докторске дисертације огледа се у компаративној анализи постојећих маркетиншких модела студијских програма високих струковних школа у Србији и земљама у њеном ближем и даљем окружењу, те открићу и научном објашњењу елемената концептуалног модела управљања маркетингом у институцијама високог струковног образовања, посебно у високим струковним здравственим школама.

Истраживање компаративне праксе управљања маркетингом у образовању омогућиће научну критику и усавршавање досадашњих научних сазнања о актуелним системима промоције, као и њихову имплементацију у научну теорију и праксу управљања маркетингом у институцијама високог образовања, што ће такође представљати значајан научни допринос докторске дисертације. Поред тога, значајан научни допринос пружиће и специфична примена појединих научних метода, њихових техника и инструмената, као и развој нових научних поступака и алата за истраживање ставова и мишљења корисника услуга односно студената.

## 6. Закључак

*(Навести да је докторска дисертација/уметнички пројекат урађена у свему према одобреној пријави, да је оригинално и самостално научно или уметничко дело и да су се стекли услови за његову јавну одбрану)*

Докторска дисертација под називом: **„Управљање маркетингом у високим школама струковних студија са посебним освртом на здравствене струковне школе“** кандидата Лазара Јанића урађена је у складу са пријавом одобреном од стране Научно-наставног већа Факултета за пословне студије Универзитета „Дон Незбит“ у Београду.

У претходном делу извештаја указано је на *резултате и научни допринос* који је



кандидат постигао. У складу са наведеним, Комисија за оцену докторске дисертације закључује да је кандидат Лазар Јанић урадио *оригинално и самостално научно дело* које задовољава критеријуме докторске дисертације.

Полазећи од изложеног, предлажемо Научно-наставном већу Факултета за пословне студије у Београду да прихвати докторску дисертацију кандидата Лазара Јанића под називом „**Управљање маркетингом у високим школама струковних студија са посебним освртом на здравствене струковне школе**“ и да одобри јавну одбрану докторске дисертације.

**Место и датум:**

У Београду, 18.12.2017. године

**Чланови Комисије за оцену подобности кандидата и теме докторске дисертације/уметничког пројекта**

Проф. др Мира Ракић, редовни професор  
Факултет за пословне студије  
Универзитет „Џон Незбит“

Проф. др Миљојко Базић, редовни професор  
Факултета за културу и медије  
Универзитет „Џон Незбит“

Проф. др Неђо Даниловић, редовни професор  
Правног факултета  
Универзитет „Џон Незбит“