

Име и презиме		Ивана Брдар		
Звање		редовни професор		
Ужа научна, уметничка односно стручна област		Маркетинг		
Академска каријера	Година	Институција	Ужа научна, уметничка односно стручна област	
Избор у звање	2026	УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ	Маркетинг	
Докторат	2016	УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ	Менаџмент и бизнис – менаџмент у туризму	
Мастер	2009	УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ	Економске науке – туризам и хотелијерство	
Диплома	2008	УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент	Економске науке – менаџмент у туризму	
Списак дисертација-докторских уметничких пројеката а у којима је наставник ментор или је био ментор у претходних 10 година				
Р.Б.	Наслов дисертације- докторског уметничког пројекта	Име кандидата	*пријављена	** одбрањена
1	Улога и значај квалитета у управљању задовољством корисника гастрономских услуга у хотелима са 4* и 5* у Србији	Милош Зрнић		2023.
2	Развој модела заједничког креирања искуства за повећање задовољства корисника услуга у гастрономском туризму	Данијела Стојановић		2026.
3	Утицај атрибута бренда и маркетиншких комуникација на куповне навике потрошача робе широке потрошње	Маја Обрадовић		2026.
4	Задовољство учесника образовног процеса дигиталном трансформацијом високог образовања у Републици Србији	Кристина Бојић	2024.	
5	Развој и валидација модела за процену и унапређење конкурентности веллнесс понуде здравствено-реhabилитационих установа у Републици Србији	Иван Живковић	2025.	
6	Заштита потрошача и примена вештачке интелигенције у откривању дигиталних превара у е-туризму	Иван Трифуновић	2026.	
*Година у којој је дисертација-докторски уметнички пројекат пријављена-пријављен (само за дисертације-докторске уметничке пројекте које су у току), ** Година у којој је дисертација-докторски уметнички пројекат одбрањена (само за дисертације-докторско уметничке пројекте из ранијег периода)				
Категоризација публикације научних радова из области датог студијског програма према класификацији ресорног Министарства просвете, науке и технолошког развоја а у складу са допунским захтевима стандарда за дато поље (минимално 5 не више од 20)				
Категоризација публикације уметничких референци из области датог студијског програма према класификацији из Упутства за припрему документације за акредитацију студијског програма а у складу са				

допунским захтевима стандарда за дато поље (минимално 5 не више од 20)		
1	Arsić, M., Brdar, I., & Vujko, A. (2026). AI-Augmented Authenticity: Multimodal Artificial Intelligence and Trust Formation in Cultural Consumer Evaluation. <i>World</i> , 7(2), 30.	M-21
2	Vujko, A., Mandić, D., Panić, A., Obradović, M., Obradović, A., Savić, I., & Brdar, I. (2025). Beyond the guestroom: Financial and promotional dimensions of eco-friendly rural hospitality in agricultural landscapes. <i>Agriculture</i> , 15(15), 1610.	M-21a
3	Brdar, I. & Savić, I. (2024). Captivating Hearts and Minds: How Emotional Marketing Transforms Tourist Experiences?, <i>Sitcon 2023 Managing The Future By Learning From The Past – Contemporary Trends In Tourism & Hospitality</i> , pp. 79-88.	M-33
4	Živković, I., Brdar, I., Knežević, M. (2024) Rejuvenating mind, body, and spirit: Exploring the role of physical activity in health and rehabilitation institutions' offerings in Serbia, <i>Hotel and Tourism Management</i> , Vol. 12, No. 1, pp. 95-113.	M-24
5	Živković, I., Brdar, I. (2024) Development of long-term relationships with customers of public sector wellness centers, <i>Marketing</i> , Vol. 55, No. 1, pp. 40-51.	M-51
6	Savić, I., Alčaković, S., Brdar, I., Petković, D. (2023) Who to engage in promotion? The position of athletes in celebrity endorsement communication strategies, <i>Sport Science</i> , Vol. 16, No. 1, pp. 144-151.	M-24
7	Brdar, I. (2023). Mind Over Palate: Unveiling the Role of Neuromarketing in the Food Industry, <i>MeatTechnology</i> , Vol. 64, No. 1, pp. 50-60.	M-24
8	Brdar, I. (2023). Eco-guilty pleasure: Understanding the unsustainable consumer behaviour. <i>FINIZ 2023 - Sustainable development as a measure of modern business success</i> , Belgrade, Singidunum University, Serbia, pp. 119-124.	M-33
9	Brdar, I. (2023). Green power of influencers: Shaping sustainable consumer behaviour in the tourism industry. <i>FINIZ 2023 - Sustainable development as a measure of modern business success</i> , Belgrade, Singidunum University, Serbia, pp. 125-130.	M-33
10	Savić, I., Alčaković, S., Brdar, I. & Petković, D. (2023). Who to engage in promotion? The position of athletes in celebrity endorsement communication strategies, <i>Sport Science</i> , Vol. 16, No. 1, pp. 144 – 151.	M-24
11	Obradović, M., Panić, A., Kostić, M., Brdar, I., Radović, N. (2023). Traditional food products and region recognition: Importance of geographical indication of origin in case of branding the tourist region of Western Serbia, <i>BizInfo (Blace) Journal of Economics, Management and Informatics</i> , Vol. 14, No. 1, pp. 33 – 44.	M-51
12	Bojić, K., Brdar, I., Nešić, M. (2022). Do We Talk to a Wall or Pass on Knowledge to Students – The Advantages and Disadvantages of Online Learning, <i>Marketing</i> , Vol. 53, No. 4, pp. 284 – 294.	M-51
13	Sančanin, B., Ratković Njegovan, B. & Brdar, I. (2022). The Influence of Social networks on the Recruitment Process in Tourism and Catering Enterprises, <i>BizInfo (Blace) Journal of Economics, Management and Informatics</i> , Vol. 13, No. 2, pp. 57 – 63.	M-51
14	Brdar, I. (2021). Cook slow, eat fine – Consumer attitudes on food quality in new gastronomic trends, <i>Meat Technology</i> , Vol. 62, No. 1, pp. 77-88.	M-24
15	Kaličanin, K., Brdar, I. & Vesić, T. (2021). Education is Becoming Digital – The Youth Attitudes Towards Online Teaching During the COVID-19 Pandemic, <i>InternationalReview</i> , No. 1-2/2021, pp. 95 – 103.	M-23
16	Zrnić, M., Brdar, I. & Kilibarda, N. (2021). The importance of traditional food quality - the viewpoint of the tourism, <i>MeatTechnology</i> , Vol. 62, No. 1, pp. 69-76.	M-24
17	Zrnić, M., Kilibarda, N., Brdar, I., Vujić, M., Stojanović, Đ. (2021). Food Safety and Eating Habits During Pandemic Covid-19 In the Republic Of Serbia, <i>Ekonomikapoljoprivrede</i> , Vol. 68, No. 4, pp. 895 – 910.	M-24
18	Brdar, I., Gajić, J. (2019). IT and tourism business - do Serbian companies in tourism follow contemporary trends?, <i>Industrija</i> , Vol. 47, No. 1, pp. 7 – 22.	M-24
19	Gajić, J., Brdar, I., Živković, R., Ilić-Petrović, T. (2019). Millennials' Perspective on Leisure Time, <i>Industrija</i> , Vol. 47, No. 3, pp. 55 - 71.	M-24
Збирни подаци научне активности наставника		
Збирни подаци уметничке активности наставника		
Укупан број цитата, без аутоцитата	Google Scholar - 751	
Укупан број радова са SCI (или SSCI) листе	3	
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи:	Међународни
Усавршавања	2016. – завршена обука за НАССР администратора	
Други подаци које сматрате релевантним	Редовни члан Српског удружења за маркетинг	

Максимална дужине не сме бити већа од 2 странице A4	
---	--

