

**UNIVERZITET SINGIDUNUM**

Departman za poslediplomske studije

Danijelova 32, Beograd

**VEĆU DEPARTMANA ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE**

Na osnovu Odluke Veća Departmana za poslediplomske studije Univerziteta Singidunum iz Beograda broj 4-133/2025 od 04.09.2025. godine, određeni smo za članove Komisije za ocenu doktorske disertacije kandidatkinje Kristine Kalićanin Bojić, master, pod naslovom „RAZVOJ STRATEGIJE MARKETING MIKSA U FUNKCIJI POVEĆANJA ZADOVOLJSTVA KORISNIKA I PRUŽALACA USLUGA U VISOKOM OBRAZOVANJU U REPUBLICI SRBIJI“, o čemu podnosimo sledeći

**IZVEŠTAJ**

**1. Osnovni podaci o kandidatu**

Kandidatkinja Kristina Kalićanin Bojić rođena je 29.08.1991. godine u Nišu, gde je završila osnovnu školu „Desanka Maksimović“, kao nosilac Vukove diplome. Gimnaziju „Svetozar Marković“ takođe je završila u Nišu, kao odličan učenik. Nakon završetka gimnazije upisala je Univerzitet Singidunum, Poslovni fakultet, smer Finansije i bankarstvo. Diplomirala je 2016. godine, na temu „Međunarodna banka za obnovu i razvoj - ciljevi osnivanja i uslovi za učlanjivanje“, sa prosečnom ocenom 9,06. Master studije završila je na Mašinskom fakultetu Univerziteta u Nišu, na studijskom programu Inženjerski menadžment, modul Međunarodni projektni menadžment i preduzetništvo, sa prosečnom ocenom 9,81. Doktorske akademske studije na Univerzitetu Singidunum upisuje 2019. godine. U periodu od januara do marta 2018. godine bila je zaposlena u logističkom sektoru preduzeća Yura Corporation. Iste godine zapošljava se na Univerzitetu Singidunum na poziciji saradnika u nastavi, a u zvanje asistenta izabrana je 2019. godine.

### **Spisak objavljenih naučnih i stručnih radova**

1. Bojić, K., Brdar, I. & Stanković, M. (2022). Do We Talk to a Wall or Pass on Knowledge to Students – The Advantages and Disadvantages of Online Learning, Marketing, Vol. 53, No. 4, pp. 284–294. (M51)
2. Kaličanin, K., Brdar, I. & Vesić, T. (2021). Education is Becoming Digital – The Youth Attitudes Towards Online Teaching During the COVID-19 Pandemic, International Review, No. 1–2/2021, pp. 95–103. (M23)
3. Božić, I., Kaličanin, K. & Mitić, V. (2020). Foreign Trade of Agricultural Products between Serbia and the European Union - Problems and Perspectives, Ekonomski pogledi, Vol. 22, No. 1/2020, pp. 29–46. (M52)
4. Nikolić, M., Stojanović, M., Bojić, K. (2022). Development of Electronic Banking in Serbia During the Covid-19 Pandemic, Book of Proceedings “Business Resilience in a Changing World”, Singidunum University International Scientific Conference FINIZ, pp. 71–79. (M33)
5. Nikolić, M., Mitić, V. & Kaličanin, K. (2021). Impact of Covid-19 on The Life Insurance Development in Serbia, Book of Proceedings “Are you Ready for the CountinuousNEXT® After COVID-19?”, Singidunum University International Scientific Conference FINIZ, pp. 51–57. (M33)
6. Kaličanin, K., Brdar, I. & Cogoljević, M. (2020). Higher Education and Digitalization During the COVID-19 Crisis - What do the Youth Think About Online Teaching?, Employment, Education and Entrepreneurship (EEE2020), Beograd, 2020. (M33)
7. Kaličanin, K., Čolović, M., Njeguš, A. & Mitić, V. (2019). Benefits of Artificial Intelligence and Machine Learning in Marketing, Zbornik radova sa međunarodne naučne konferencije Sinteza 2019, pp. 472–477. (M33)

Doktorska disertacija Kristine Kaličanin Bojić, master, obuhvata 248 strana. U radu je prikazano 49 tabela, 4 slike i 29 grafika. Disertacija je zasnovana na obimnoj domaćoj i međunarodnoj literaturi. Bibliografski spisak obuhvata 166 referenci, dok je dodatno navedeno 36 internet izvora, odnosno ukupno 202 bibliografske jedinice. Korišćena literatura obuhvata naučne i stručne radove, monografije, publikacije međunarodnih organizacija, zvanične statističke podatke i relevantne institucionalne i regulatorne izvore.

Proverom originalnosti doktorske disertacije softverom za utvrđivanje tekstualnih podudarnosti evidentiran je ukupan procenat podudarnosti od 14%. Analizom izveštaja utvrđeno je da je udeo svakog pojedinačnog izvora manji od 1%, kao i da je deo označenih podudarnosti sadržan u spisku korišćene literature. Bibliografski podaci u tom spisku moraju biti navedeni tačno i u skladu sa pravilima akademskog citiranja, te ih kandidatkinja ne može proizvoljno menjati radi smanjenja procenta podudarnosti. Imajući u vidu strukturu i karakter označenih podudarnosti, Komisija ocenjuje da iskazani procenat sam po sebi ne ukazuje na plagijat i ne predstavlja prepreku za nastavak postupka ocene i odbrane doktorske disertacije.

## **2. Problem, predmet, značaj i cilj istraživanja u doktorskoj disertaciji**

Problem istraživanja polazi od činjenice da digitalizacija visokog obrazovanja postaje nezaobilazna, dok još uvek ne postoje dovoljno potpuna saznanja o tome na koji način digitalna nastava utiče na zadovoljstvo studenata i predavača i kako različiti aspekti njene realizacije oblikuju iskustvo učesnika obrazovnog procesa. Poseban problem predstavlja potreba da se digitalna nastava sagleda u širem okviru usluga visokog obrazovanja i kroz elemente 7P marketing miksa, naročito dimenzije ljudi, procesa i fizičkog okruženja.

Predmet istraživanja jeste zadovoljstvo učesnika digitalizacijom visokog obrazovanja i način na koji se digitalna nastava sprovodi na visokoškolskim ustanovama u Republici Srbiji. Analizirani su kvalitet interakcije između učesnika, motivacija studenata i predavača, organizacija nastavnog procesa, korišćenje digitalnih platformi i infrastrukture, kao i povezanost navedenih aspekata sa elementima 7P marketing miksa.

Značaj istraživanja ogleda se u povezivanju savremenih procesa digitalne transformacije visokog obrazovanja sa teorijskim okvirom marketinga usluga. Istraživanje pruža empirijski uvid u stavove studenata i predavača, omogućava identifikovanje faktora koji utiču na njihovo zadovoljstvo, motivaciju i angažovanje i daje osnovu za formulisanje preporuka visokoškolskim ustanovama za unapređenje kvaliteta obrazovne usluge.

Opšti cilj istraživanja jeste da se utvrdi na koji način primena strategije 7P marketing miksa može doprineti unapređenju nastavnog procesa i povećanju zadovoljstva ključnih učesnika u visokom obrazovanju u Republici Srbiji, sa posebnim fokusom na digitalizaciju nastavnog procesa.

Posebni ciljevi odnose se na ispitivanje zadovoljstva studenata i predavača tradicionalnom i onlajn nastavom, analizu njihove motivacije i angažovanja, ispitivanje uloge digitalnih alata i platformi, utvrđivanje značaja posvećenosti predavača i pojedinih demografskih i obrazovnih karakteristika, kao i formulisanje smernica za unapređenje obrazovne usluge kroz elemente 7P marketing miksa.

### **3. Hipotetički okvir istraživanja**

U istraživanju je postavljeno deset hipoteza:

H1: Učesnici nastavnog procesa izražavaju veće zadovoljstvo tradicionalnom nastavom, u poređenju sa onlajn nastavom.

H2: Upotreba digitalnih obrazovnih alata i platformi utiče na motivaciju studenata i njihovu želju za učenjem.

H3: Predavači smatraju da smanjena motivacija studenata tokom praćenja onlajn nastave negativno utiče na njihove akademske rezultate.

H4: Postoji usaglašenost između subjektivne i objektivne izraženosti motivacije studenata.

H5: Motivacija zaposlenih prilikom pripreme onlajn nastave zavisi od dužine radnog staža predavača.

H6: Predavači izražavaju veću motivaciju za temeljniju pripremu tradicionalne nastave, u poređenju sa pripremom za onlajn nastavu.

H7: Nivo angažovanja studenata na času zavisi od posvećenosti predavača prilikom realizovanja onlajn nastave.

H8: Postoji razlika u motivaciji između studenata iz različitih oblasti studiranja.

H9: Učestalost korišćenja mobilnog telefona se razlikuje između studenata iz različitih demografskih kategorija.

H10: Postoji povezanost između vrste platforme koju studenti koriste za pripremu dodatnih materijala za čas i poboljšanih ostvarenih rezultata studenata.

#### **4. Metode istraživanja**

Prilikom izrade doktorske disertacije korišćene su deduktivna, deskriptivna, analitička, sintetička, komparativna i statistička metoda, kao i metoda kompilacije. Empirijski deo zasnovan je na kvantitativnom istraživanju sprovedenom putem dva anonimna onlajn upitnika, posebno konstruisana za studente i predavače visokoškolskih ustanova u Republici Srbiji.

Ukupan uzorak obuhvatio je 284 studenta i 121 predavača. Obrada podataka izvršena je u programu SPSS primenom deskriptivne statistike, analize pouzdanosti mernih instrumenata i odgovarajućih statističkih testova za proveru razlika i povezanosti između posmatranih varijabli. U zavisnosti od prirode hipoteza korišćeni su z-testovi, t-testovi i druge odgovarajuće statističke procedure. Pouzdanost upitnika proverena je pre testiranja hipoteza.

#### **5. Ograničenja istraživanja**

Ograničenja istraživanja proizlaze iz vremenskog okvira i dinamike digitalizacije nastavnog procesa, budući da su iskustva ispitanika oblikovana periodom pandemije COVID-19 i kasnijim razvojem savremenih modela onlajn nastave. Dodatno ograničenje predstavlja heterogenost uzorka u pogledu zastupljenosti visokoškolskih ustanova, geografske raspodele i demografskih karakteristika ispitanika. Istraživanje je zasnovano na samoproceni i percepcijama studenata i predavača, pa dobijene rezultate treba tumačiti u okviru navedenog istraživačkog konteksta. Istovremeno, brz tehnološki razvoj može uticati na promene stavova prema pojedinim digitalnim alatima i modelima nastave.

#### **6. Kratak opis sadržaja doktorske disertacije**

Doktorska disertacija pod naslovom „Razvoj strategije marketing miksa u funkciji povećanja zadovoljstva korisnika i pružalaca usluga u visokom obrazovanju u Republici Srbiji“ strukturirana je kroz uvodna i metodološka razmatranja, sedam međusobno povezanih celina, zaključak, literaturu i priloge. U uvodnom delu definisani su predmet, problem, cilj, hipoteze, metode, struktura rada, naučni doprinos i ograničenja istraživanja.

Prvo poglavlje razmatra obrazovanje kao uslužnu delatnost, teorijske osnove marketing miksa u visokom obrazovanju, karakteristike usluga, prošireni 7P marketing miks i merenje kvaliteta usluge. Drugo poglavlje posvećeno je obrazovanju u razvijenim i nerazvijenim

zemljama, dok treće analizira obrazovni sistem i visoko obrazovanje u Republici Srbiji, uključujući institucionalni okvir, Bolonjski proces i upisnu statistiku.

Četvrto poglavlje obrađuje finansiranje visokog obrazovanja u Republici Srbiji i svetu. Peto poglavlje posvećeno je digitalizaciji obrazovanja, njenim oblicima i modelima, iskustvima Srbije i drugih zemalja i ključnim izazovima digitalne transformacije. Šesto poglavlje predstavlja empirijsko istraživanje, deskriptivnu analizu odgovora studenata i predavača, analizu pouzdanosti mernih instrumenata i testiranje hipoteza. Sedmo poglavlje sadrži analizu i diskusiju rezultata, predlog strategije unapređenja obrazovne usluge kroz elemente 7P marketing miksa i preporuke za primenu u praksi. Na kraju, data su zaključna razmatranja, spisak literature i prilozi.

## **7. Na osnovu sprovedenog istraživanja zaključujemo**

Rezultati sprovedenog istraživanja ukazuju da studenti i predavači u većoj meri iskazuju zadovoljstvo tradicionalnom nastavom u odnosu na onlajn nastavu. Nalazi ističu značaj motivacije studenata, posvećenosti predavača i kvaliteta međusobne interakcije za uspešnu realizaciju nastavnog procesa. Posebno je značajno da način organizacije nastave i pedagoški pristup imaju važnu ulogu u oblikovanju iskustva učesnika obrazovnog procesa.

Analiza je pokazala da primena digitalnih alata i platformi sama po sebi ne obezbeđuje veću motivaciju i angažovanje učesnika, već njeni efekti zavise od konteksta upotrebe, nastavnih aktivnosti i potreba studenata i predavača. Uočene razlike u stavovima i iskustvima pružaju osnovu za pažljivije planiranje digitalne i hibridne nastave i unapređenje kvaliteta obrazovne usluge.

Na osnovu rezultata razvijen je predlog strategije unapređenja obrazovne usluge kroz elemente 7P marketing miksa. Posebno se izdvajaju ljudi i procesi, odnosno uloga predavača i studenata, organizacija nastave, interakcija i dodatne aktivnosti koje podstiču motivaciju i angažovanje. Rezultati ukazuju da digitalizacija sama po sebi ne predstavlja dodatnu vrednost ukoliko nije usklađena sa obrazovnim ciljevima, potrebama korisnika i kvalitetom nastavnog procesa.

## **8. Očekivani rezultati i naučni doprinos doktorske disertacije**

Rezultati doktorske disertacije doprinose boljem razumevanju zadovoljstva, motivacije i angažovanja studenata i predavača u uslovima digitalne transformacije visokog obrazovanja. Istraživanjem su identifikovani faktori koji imaju značajnu ulogu u oblikovanju iskustva učesnika nastavnog procesa i definisane su smernice za unapređenje obrazovne usluge kroz integrisanu primenu elemenata 7P marketing miksa.

Naučni doprinos doktorske disertacije ogleda se u razvoju i empirijskoj proveru konceptualnog okvira koji povezuje elemente marketing miksa sa zadovoljstvom učesnika nastavnog procesa u visokom obrazovanju, kao i u unapređenju teorijskih i empirijskih saznanja iz oblasti marketinga usluga i marketinga u visokom obrazovanju. Poseban doprinos predstavlja povezivanje digitalne transformacije sa elementima ljudi, procesa i fizičkog okruženja u okviru 7P koncepta.

Praktični doprinos rada ogleda se u formulisanju preporuka za visokoškolske ustanove u cilju unapređenja organizacije digitalne i hibridne nastave, kvaliteta interakcije, motivacije i angažovanja učesnika, kao i u predlogu strategije unapređenja obrazovne usluge kroz sve elemente 7P marketing miksa.

## **9. Mišljenje i predlog Komisije**

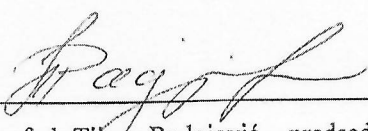
Doktorska disertacija Kristine Kaličanin Bojić, master, urađena je prema ranije odobrenoj prijavi. Ostvaren je plan istraživanja uz primenu relevantnih naučnih i stručnih saznanja iz oblasti marketinga, marketinga usluga, visokog obrazovanja i digitalizacije. Može se zaključiti da je kandidatkinja za svoju doktorsku disertaciju izabrala aktuelnu i kompleksnu temu, značajnu kako sa naučnog, tako i sa praktičnog stanovišta.

Struktura rada je dobro postavljena i omogućila je kandidatkinji da ostvari postavljene istraživačke ciljeve. Empirijsko istraživanje sprovedeno među studentima i predavačima pružilo je relevantne uvide u zadovoljstvo, motivaciju i kvalitet nastavnog procesa u uslovima digitalizacije. Posebnu vrednost rada predstavlja povezivanje dobijenih rezultata sa predlogom strategije unapređenja obrazovne usluge kroz elemente 7P marketing miksa.

Polazeći od napred navedenog, predlažemo Veću Departmana za posleddiplomske studije i međunarodnu saradnju i Senatu Univerziteta Singidunum da prihvati doktorsku disertaciju Kristine Kaličanić Bojić, master, pod naslovom „RAZVOJ STRATEGIJE MARKETING MIKSA U FUNKCIJI POVEĆANJA ZADOVOLJSTVA KORISNIKA I PRUŽALACA USLUGA U VISOKOM OBRAZOVANJU U REPUBLICI SRBIJI“ i odobri njenu javnu odbranu.

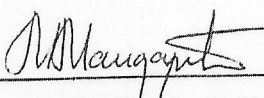
U Beogradu, 15.10.2026.

Članovi komisije:



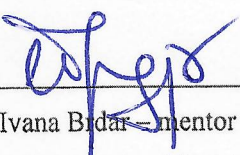
---

prof. dr Tijana Radojević – predsednik komisije  
Univerzitet Singidunum, Beograd



---

prof. dr Marija Mandarić – član komisije  
Univerzitet u Kragujevcu,  
Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji



---

prof. dr Ivana Budar – mentor i član komisije  
Univerzitet Singidunum, Beograd