



## **Наставно-научном већу**

### **Факултета организационих наука**

Одлуком Научно- наставног већа ФОН-а број \_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_ именовани смо у Комисију за оцену завршене докторске дисертације кандидата Горана Ненадовића, под насловом: „Унапређење интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије потенцијалним професионалним војницима“ и на основу тога подносимо следећи:

### **ИЗВЕШТАЈ**

#### **1. ОСНОВНИ ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ И ДИСЕРТАЦИЈИ**

##### **1.1. ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ**

Горан Ненадовић је рођен 04.01.1973. године у Краљеву, где је завршио основну школу. Војну Гимназију „Братство-јединство“ завршио је у Београду са одличним успехом. Војну академију у Београду уписао је 1992. године. Дипломирао је 1996. године са просечном оценом студирања 8,27 и оценом 10 на дипломском раду.

Каријеру започиње 1996. године у јединицама Војске на командирским и командантским дужностима у гарнизонима Урошевац, Гњилане, Приштина, Куршумлија и Прокупље.

Као референт за развој каријере, од 2004. године ради у 3. Регионалном центру за преквалификацију војног кадра „PRISMA” (Programme for Resettlement in Serbia and Montenegro Army) у Нишу, у сарадњи са Факултетом организационих наука у Београду и Машинским факултетом у Нишу.

Своје усавршавање наставља на Машинском факултету (Универзитет у Нишу) где завршава програм специјалности Информациони системи. Рад на тему: „Системи за подршку запошљавању“ одбранио је 2006. године.

Од 2006. године ради као референт у Одсеку за развој пројекта Дирекције за преквалификацију војног кадра „PRISMA” у Београду, где исте године постаје и заменик руководиоца.

Каријеру од 2008. године наставља као самостални референт за планирање кадра у Групи за анализу и планирање кадра Одељења за поуну и усавршавање Управе за кадрове Сектора за људске ресурсе Министарства одбране Републике Србије.

Мастер рад на тему „Мотивационе радионице у развоју каријере“ одбранио је 2008. године оценом 10 на Факултету организационих наука (Универзитет у Београду) – смер Менаџмент - модул Управљање људским ресурсима. Након завршетка мастер студија на истом факултету уписује дипломске академске студије трећег степена-докторске студије-одсек Менаџмент.

Као припадник контингента Уједињених нација, у улози војног посматрача, од маја 2009. године до јуна 2010. године бива распоређен у Африку-Обала Слоноваче.

Руководилац Групе за анализу и планирање кадра у Одељењу за аналитику, школовање и усавршавање Управе за кадрове Сектора за људске ресурсе Министарства одбране Републике Србије постаје 2012. године.

Као припадник контингента Уједињених нација, у улози војног посматрача, од априла 2013. године до маја 2014. године бива распоређен у Африку-Обала Слоноваче.

За изузетне резултате постигнуте у раду више пута је био одликован и награђиван и то:

- Војном спомен-медаљом за изузетне резултате у војној служби за официра- први пут,
- Медаљом међународне организације-УН, команданта мировне операције UNUCI први пут,
- Медаљом за храброст Милош Обилић,
- Војном спомен-медаљом за учешће у мултинационалним операцијама на командно-штабним дужностима-1уч,
- Медаљом међународне организације-УН, команданта мировне операције UNUCI други пут,
- Војном спомен-медаљом за учешће у мултинационалним операцијама на командно-штабним дужностима-2уч,
- Војном спомен-медаљом за изузетне резултате у војној служби за официра- други пут и
- Војном спомен-медаљом за учешће у борбеним дејствима.

Говори, чита и пише енглески језик. Служи се француским и македонским језиком. Користи програмски пакет MS Office и интернет (European Computer Driving Licence- ECDL-standard).

Усавршавао се путем похађања курсева и учешћа на семинарима и пословним школама:

- Курс Career Transition Partnership - обука у менаџменту људским ресурсима у организацији МО Велике Британије и северне Ирске, Београд и Мачестер 2004.
- Курс енглеског језика- intermediate level, Ниш 2005.
- Курс оспособљавања за рад у центрима за обуку кадра у промени каријере у центру Amy Fin у Краљевини Данској, Одензе 2006.
- Курс основе банкарског пословања у организацији Међународне организације за миграције, Београд 2007.
- Курс основе бизнис плана у организацији Међународне организације за миграције, Београд 2007.

- Семинар менаџмент људских ресурса и савременог пословања у организацији Monashy универзитета из Мелбурна - Аустралија и Факултета организационих наука у Београду, Београд 2007.
- Курс успешне комуникације у организацији Међународне организације за миграције, Београд 2007.
- Семинар менаџмента људских ресурса у организацији Одбрамбеног колеџа краљевине Холандије у Холандији и Хрватској, Загреб 2007.
- Семинар организовања процеса селекције, регрутације кандидата и мотивације запослених у организацији фирме ConsulTeam у Београду, Београд 2008.
- Курс за оспособљавање за учествовање у мултинационалним операцијама-British Military Training Team, у Републици Чешкој, Праг и Вишков 2009.
- Међународни курс за штабне официре у мултинационалним операцијама-Београд 2015.

#### **Приказ активности у току последипломских студија**

Кандидат Горан Ненадовић је 2008. године уписао докторске студије на Факултету организационих наука – Студијски програм Менаџмент. Положио је све планом и програмом предвиђене испите и то:

1. Наука о менаџменту
2. Теорија одлучивања
3. Акредитација и сертификација
4. Систем стандардизације
5. Мултимедијалне комуникације
6. Маркетинг информационих система
7. Менаџмент електронског пословања
8. Систем менаџмента животном средином
9. Систем квалитета

**Радови објављени у часописима, на међународним и домаћим конференцијама:**

<b>Р.бр.</b>	<b>Библиографска јединица</b>	<b>Год.</b>
1.	Ненадовић, Г., Костић – Станковић, М., Вучинић, Д. ИНТЕГРИСАНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ У ПРОМОЦИЈИ ВОЈНЕ ПРОФЕСИЈЕ (Рад у штампи у часопису „Војно дело 7/2016“).	<b>2016.</b>
2.	Ненадовић, Г., Костић – Станковић, М., Стојановић, Љ. ИНТЕГРИСАНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ У ПОДРШЦИ ОСТВАРИВАЊА МИСИЈЕ СИСТЕМА ОДБРАНЕ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ (Рад у штампи у часопису „Безбедност“).	<b>2016.</b>
3.	Ненадовић, Г., Митровић М. INTEGRATED COMMUNICATIONS IN EXERCISING OF SERBIAN ARMY MISSION, SYMOPIS, Златибор.	<b>2013.</b>
4.	Станковић, С., Симић Д., Ненадовић Г. MERCHANT WEB APPLICATIONS DEFENSE IN E-COMMERCE ENVIROMENT, INFORMATION JOURNAL, Vol.15, No.8.	<b>2012.</b>
5.	Ненадовић, Г. Примена EXPERT-CHOICE алата и АНР методе у моделовању критеријума за рангирање официра Војске Србије, SYMOPIS, Златибор.	<b>2010.</b>
6.	Ненадовић, Г. Планирање људских ресурса у систему одбране, Публикација, систем одбране-циљеви и перспективе, Министарство одбране РС, Београд.	<b>2009.</b>
7.	Ненадовић, Г. Гојковић, Б., Алфиревић Ђ. Примена електронског образовања у Министарству одбране, SYMOPIS, Златибор.	<b>2007.</b>
8.	Ненадовић, Г., Гојковић, Б. (2007) Активне стратегије портфолио менаџмента на тржишту обвезница, SYMOPIS, Златибор.	<b>2007.</b>

## **1.2. ПОДАЦИ О ДИСЕРТАЦИЈИ**

Наслов дисертације је „Унапређење интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије потенцијалним професионалним војницима“. Дисертација је написана на 214 страна, садржи 13 табела, 6 слика и 267 литературна навода.

Докторска дисертација „Унапређење интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије потенцијалним професионалним војницима“ се, по тематици која се обрађује у садржају, може сврстати у област организационих наука, а ужа научна област односа с јавношћу. С обзиром на то да су све појаве које су истраживане сложене и вишедимензионалне, тако и предмет реализованог истраживања обухвата и психологију, социологију и андрагогију, што га чини интердисциплинарним.

## **2. ПРЕДМЕТ И ЦИЉ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Припадници Војске Србије који раде на пословима регрутовања кандидата, обављају многе захтевне послове у том процесу, од проналажења потенцијалних кандидата, преко обраде апликација до селекције одговарајућих регрута. Програми интегрисаних комуникација су подједнако важни елемент тог процеса. Спровођењем програма интегрисаних комуникација, омогућава се утицање на ставове и понашање потенцијалних кандидата, преносе им се кључне поруке и вредности војне професије и они се мотивишу за аплицирање на конкурсе за професионалну војску.

Иако је, у теоријском смислу, идентификован значај интегрисаних комуникација за промоцију војног позива, ова тема је, у националним оквирима, и даље недовољно истражена. Сходно томе, истраживање у овој дисертацији фокусирано је на идентификовање ефеката интеграције различитих инструмената комуникације и њиховог усмереног деловања на битне сегменте јавности. У том смислу, предмет истраживања представља интеграција свих расположивих инструмената комуникације, који су се, у досадашњој пракси, користили углавном изоловано и без усклађеног деловања, како би се припадници циљне групе, коју сачињавају потенцијални професионални војници, информисали о позицији Републике Србије на међународном плану, њеној функцији и

институционалним вредностима, као и могућностима које пружа Војска Србије као послодавац. На основу тога омогућено им је да изграде осећај укључености и припадности и, да се, у што већем броју, опреде за војни позив.

### **Циљ истраживања:**

Основни циљ истраживања је утврђивање да ли постоје статистички значајне разлике између коришћења интегрисаних и индивидуалних инструмената комуницирања, по питању ефекта на привлачност војне професије код потенцијалних кандидата за војну професију.

Посебни циљеви истраживања су:

- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника интегрисаној комуникацији (телевизијском садржају и промотивном штампаном материјалу);
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника интегрисаној комуникацији (интернет садржају официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне акедемије и промотивном штампаном материјалу);
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника интегрисаној комуникацији (интернет садржају официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне акедемије и телевизијском оглашавању);
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника промотивном штампаном материјалу;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника телевизијском садржају;
- Утврдити да ли постоје постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије пре и после излагања испитаника интернет садржају официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне акедемије;

- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између ефеката интегрисане комуникације (телевизијски садржај и штампани промотивни материјал) и индивидуалних инструмената (штампани промотивни материјал) након излагања испитаника наведеним инструментима;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између интегрисаног комуницирања (телевизијски садржај и штампани промотивни материјал) и индивидуалног инструмента (телевизијски садржај) након излагања испитаника наведеним инструментима;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између интегрисаног комуницирања (интернет садржај официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне академије и промотивни штампани материјал) и индивидуалног инструмента (промотивни штампани материјал) након излагања испитаника наведеним инструментима;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између интегрисаних комуникација (интернет садржај официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне академије и промотивни штампани материјал) и индивидуалног инструмента (интернет садржај официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне академије) након излагања испитаника наведеним медијима;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између интегрисаних комуникација (интернет садржај официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне академије и телевизијски садржај) и индивидуалног инструмента (интернет садржај официјалне странице Војске Србије) након излагања испитаника наведеним инструментима;
- Утврдити да ли постоје статистички значајне разлике у ефекту привлачности војне професије између интегрисаног комуницирања (интернет садржај официјалне странице Министарства одбране, Војске Србије и Војне академије и телевизијски садржај) и индивидуалног инструмента (телевизијски садржај) након излагања испитаника наведеним инструментима.



### **3. ОСНОВНЕ ХИПОТЕЗЕ ОД КОЈИХ СЕ ПОЛАЗИЛО У ИСТРАЖИВАЊУ**

**Општа хипотеза** гласи:

Одзив припадника циљне групе за приступање професионалној војсци је у значајној мери условљен развијеним и организованим интегрисаним комуникацијама које су прилагођене карактеристикама те групе.

Из опште хипотезе изведене су следеће **посебне хипотезе**:

- Планирање и управљање интегрисаним комуникацијама прилагођеним захтевима и потребама циљне групе битно утиче на ефективност процеса регрутације.
- Спровођењем стратегија интегрисаних комуникација утиче се на стварање свести и позитивног става јавности о војсци као пожељном послодавцу.
- Предуслов за развијање и имплементацију интегрисаних комуникација у Војсци Србије представљају улагања ресурса у реализацију планираних кампања комуникације.
- Спровођењем стратегија интегрисаних комуникација постижу се бољи резултати у односу на коришћење појединачних инструмената комуникације
- Средњошколци, као циљна група Војске Србије, захтевају специфично прилагођавање садржаја и инструмената комуникације како би на исту реаговали.
- Са већим степеном информисаности о Војсци Србије као пожељном послодавцу, припадници циљне групе заузимају позитивнији став о овој организацији.

На основу детаљног прегледа докторске дисертације, као и резултата постигнутих у теоријском и емпиријском делу истраживања, констатујемо да су претпостављене општа и посебне хипотезе доказане.

### **4. КРАТАК ОПИС САДРЖАЈА ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Докторска дисертација се састоји из увода, шест главних делова, закључка и списка библиографских јединица.

У уводу докторске дисертације је приказана проблематика и потреба за интеграцију различитих инструмената комуникације и њиховог усмереног деловања на битне сегменте јавности. Такође, изложени су предмет и циљеви дисертације, полазне хипотезе, као и методологија израде докторске дисертације.

У другом поглављу детаљније су објашњене интегрисане комуникације војних организација и представљени савремени теоријски приступи у области интегрисаних комуникација. Кроз специфичности проблематике у војним организацијама, наведене су кључне делатности, основне функције и разлози за потребу примене интегрисаних комуникација у Војсци Србије. Осим наведеног, обрађено је идентификовање и избор циљних група јавности војних организација. Такође, приказане су интерне и екстерне групе јавности.

У трећем делу се обрађује процес регрутовања професионалних војника у Војсци Србије. Приказане су промене у структури и начину деловања савремених оружаних снага. Такође, у наведеном делу објашњена је реформа система националне безбедности, која се рефлектује кроз професионализацију оружаних снага, а посебно војске. Објашњени су системи попуне војске, са акцентом на попуни професионалним војницима.

У четвртм делу детаљније је објашњено планирање интегрисаних комуникација, са циљем позиционирања Војске Србије као пожељног послодавца и попуне професионалним војницима. Приказана је анализа постојећег стања у области интегрисаних комуникација у Војсци Србије. Детаљно су представљени ученици средњих школа као циљна група. Објашњени су циљеви комуникације и дефинисани садржај пласираних порука. Такође, наведене су и објашњене могуће баријере у комуникацији и начини њиховог превазилажења. Приказан је процес утврђивања буџета интегрисаних комуникација војних организација, као и избор стратегије и реализација плана интегрисаних комуникација. У последњем делу овог поглавља дат је просец евалуације и мерење постигнутих ефеката комуникације.

У петом поглављу се обрађују инструменти интегрисаних комуникација који се користе у сврху промоције војне професије. Наиме, у тексту је објашњено шта војне организације у данашње време активно користе као инструменте маркетиншких комуникација, како би подржале своје промотивне циљеве. Објашњено је оглашавање војних организација као облик масовне, плаћене, креативне комуникације са крајњим циљем информисања, развијања наклоности и подстицања на жељену акцију припадника циљне групе. Такође, представљен је и економски публицитет као инструмент маркетиншке комуникације, осигурања уредничког простора. Поред наведеног, објашњена је и лична комуникација представника Војске Србије са припадницима циљне групе и процес дистрибуције промотивног аудио-визуелног материјала. Такође су дати и инструменти односа с јавношћу, који се спроводе од стране војних организација. Као предуслов за спровођење стратегија комуникације са циљним групама војних организација, објашњена је изградња институционалног идентитета, институционалног имиџа и институционалне репутације и њихово обједињавање спровођењем активности интегрисаних комуникација. У последњем делу овог поглавља, дато је објашњење односа војних организација са медијима, организовања специјалних догађаја и односа са јавношћу у кризним ситуацијама.

У шестом делу је приказан постојећи модел интегрисаних комуникација, који се састоји од инструмената интегрисаних маркетиншких комуникација и односа с јавношћу, који се периодично користе за промоцију војне организације и војне професије. Предложен је нови, унапређени модел. Приликом дефинисања атрибута и самог модела, у обзир су узете све специфичности друштвеног и економског окружења које утичу на перцепцију и ставове различитих група јавности о војној организацији, а инструменти комуницирања су прилагођени делатности војне организације и ефектима који се желе постићи.

У седмом делу приказани су циљеви и методолошки поступак примарног истраживања. У наведеном делу изложен је примарни узорак, подзорак, експерименталне и контролне групе. Приказане се методе истраживања које су коришћене. У циљу процене утицаја различитих инструмената на привлачност професије, конструисана је петостепена скала. Карактеристике наведене у упитнику су се односиле на атрибуте који се уобичајно користе, да би се описала војна организација и професија. Ставке упитника генерисане су на основу досадашњих анализа садржаја комуникацијског материјала и узимањем у обзир

општих карактеристика и специфичности војног позива. За генерисање ставки узета су и досадашња истраживања рађена последњих година на војној популацији, која су везана за процену варијабли професионалне успешности. Упитник је обухватио 40 ставки и све ставке имају позитивну валоризацију. У последњем делу овог поглавља добијени подаци су обрађени помоћу статистичког софтвера *SPSS* верзија 19.0. Приликом обраде података коришћене су следеће статистичке технике: експлоративна факторска анализа (за утврђивање латентне структуре задатог мерног инструмента) и статистичке технике за поређење разлика између група (*t*-тест и АНОВА).

У закључку докторске дисертације сумирани су и приказани резултати научног, стручног и друштвеног доприноса, као и објашњене исправности постављених хипотеза. Наведене су и објашњене могућности даљих праваца развоја и изналажења адекватних решења.

Последњи део рада чини списак библиографских јединица које су коришћене у реализацији докторске дисертације.

Детаљнија структура рада приказана је на следећи начин:

1. Увод
2. Интегрисане комуникације војних организација
  - 2.1. Савремени теоријски приступи у области интегрисаних комуникација
  - 2.2. Специфичност проблематике интегрисаних комуникација у војним организацијама
  - 2.3. Идентификовање и избор циљних група јавности војних организација
3. Процес попуне Војске Србије професионалним војницима
  - 3.1. Професионализација Војске Србије
  - 3.2. Реформски процеси и систем попуне професионалним војницима
4. Планирање интегрисаних комуникација у Војсци Србије
  - 4.1. Анализа постојећег стања у области интегрисаних комуникација у Војсци Србије
  - 4.2. Ученици средњих школа као циљна група Војске Србије
  - 4.3. Утврђивање циљева комуникације и дефинисање садржаја пласираних порука
  - 4.4. Могуће баријере у комуникацији и начини њиховог превазилажења
  - 4.5. Утврђивање буџета за интегрисане комуникације

- 4.6. Избор стратегије и реализација плана интегрисаних комуникација
- 4.7. Евалуација и мерење постигнутих ефеката комуникације
- 5. Активности интегрисаних комуникација које се користе у сврху промоције војне професије
  - 5.1. Активности унапређења интегрисаних маркетиншких комуникација
    - 5.1.1. Оглашавање Војске Србије
    - 5.1.2. Економски публицитет војних организација
    - 5.1.3. Лична комуникација представника Војске Србије са припадницима циљне групе
    - 5.1.4. Дистрибуција промотивног аудио-визуелног материјала
  - 5.2. Активности унапређења односа с јавношћу
    - 5.2.1. Изградња институционалног идентитета, имиџа и репутације војне организације
    - 5.2.2. Интерна комуникација у војним организацијама
    - 5.2.3. Односи војних организација са медијима
    - 5.2.4. Организовање специјалних догађаја
    - 5.2.5. Односи с јавношћу у кризним ситуацијама
- 6. Унапређење модела интегрисаних комуникација Војске Србије
  - 6.1. Постојећи модел интегрисаних комуникација
  - 6.2. Унапређени модел интегрисаних комуникација
- 7. Циљеви и методологија примарног истраживања
  - 7.1. Структура узорка на коме је вршено истраживање
  - 7.2. Методологија истраживања
  - 7.3. Анализа резултата истраживања
- 8. Закључак
- 9. Литература

## **8. ОСТВАРЕНИ РЕЗУЛТАТИ И НАУЧНИ ДОПРИНОС ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Комисија констатује да су у раду остварени научни, стручни и друштвени допринос.

Остварени научни допринос ове дисертације заснива се на:

- Указивању на различите инструменте интегрисане комуникације усмерене према циљним јавностима, које би требало да спроводе војне организације у циљу боље позиционираниости и њихову применљивост у националним оквирима. Специфичне карактеристике војне организације и ставови које о њој имају припадници циљне групе јавности представљају основ за извођење закључака и приказ стања у области интегрисаних комуникација и функције коју имају у привлачењу компетентних запослених;
- Резултатима истраживања специфичне проблематике наведене у докторској дисертацији. Формулисан је унапређени модел интегрисаних комуникација у сврху промоције војног позива и позиционирања Војске Србије као пожељног послодавца, чијом би се применом, и прилагођавањем комуникације конкретном профилу циљне групе, значајно унапредила постојећа пракса у области комуникације војних организација. База за формулисање модела, постављена је на основу проучавања и анализе бројне литературе и досадашњих резултата домаћих и страних аутора, као и извршеног емпиријског истраживања;
- Проучавању и анализи бројне литературе, домаће и стране, чиме је створена научна база за даље изучавање ове и сродних области.

Остварени стручни допринос ове дисертације заснива се на:

- Анализи тренутног нивоа развоја интегрисаних комуникација. У дисертацији је сагледана могућност развоја и унапређења ове области у пракси у Србији, као и практичне предности које Војска Србије може очекивати применом предложеног модела у пракси;
- Поред теоријске анализе, допринос дисертације представља и свеобухватан преглед практичних информација за све будуће стручњаке у области интегрисаних комуникација, чиме је створена основа за даљи практичан развој ове области у националним оквирима. Анализом тренутног нивоа развијености области односа с јавношћу у Србији, указано је на тренутно недовољан ниво средстава која се у ову област улажу, изостанак планских активности, као и неадекватне стратегије комуникације, што за последицу има негативну перцепцију Војске као послодавца.

Друштвени допринос дисертације се огледа у изналажењу адекватних решења за попуну радних места у Војсци Србије и унапређење њеног функционисања, што ће имати несумњив значај, узевши у обзир важност ове институције. Прилагођавањем стратегија интегрисаних комуникација циљним групама, Војска би се додатно уклопила у савремене друштвене и технолошке токове и, на тај начин, развијала у организационом смислу. Успостављањем комуникације и односа са примарном циљном групом јавности, средњошколцима, али и јавношћу уопште, могуће је креирање свести о специфичностима и предностима војног позива и обезбеђивање друштвене подршке војној организацији.

Кандидат је у раду показао да влада материјом која је била предмет истраживања, критички се освртао на референтне научне сегменте и давао је своје предлоге у циљу доношења што бољих решења, што представља оригинални допринос дисертације.

Дисертација представља оригинално и самостално научно дело, које може значајно да допринесе унапређењу интегрисаних комуникација, креирању свести о специфичностима и предностима војног позива и обезбеђивању веће друштвене подршке војној организацији и остварењу њених мисија.

## **9. ЗАКЉУЧАК**

Према мишљењу Комисије, докторска дисертација „Унапређење интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије потенцијалним професионалним војницима“ урађена је самостално и према одобреној пријави. Дисертација, по предмету истраживања, садржају и оствареним резултатима, представља савремени и оригинални допринос, како са теоријског, тако и са аспекта примене у пракси, у ужој научној области односа с јавношћу. Постављени задаци и циљ истраживања су у потпуности остварени и истраживачке хипотезе научно проверене и доказане.

На основу свега наведеног, Комисија предлаже Наставно-научном већу Факултета организационих наука да се рад кандидата Горана Ненадовића, под насловом „Унапређење интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије

потенцијалним професионалним војницима“, прихвати као докторска дисертација и да се кандидату одобри усмена одбрана.

У Београду, 28. јун 2016. године

Чланови комисије:

---

др Милица Костић-Станковић, редовни професор  
Факултета организационих наука Универзитета у Београду

---

др Винка Филиповић, редовни професор  
Факултета организационих наука Универзитета у Београду

---

др Милан Мартић, редовни професор  
Факултета организационих наука Универзитета у Београду

---

др Драган Васиљевић, редовни професор  
Факултета организационих наука Универзитета у Београду

---

др Гаљина Огњанов, ванредни професор  
Економског факултета Универзитета у Београду