

## ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

### I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

1. Датум и орган који је именовео комисију:

На основу предлога матичне катедре и одлуке Наставно-научног већа Факултета техничких наука, Декан Факултета техничких наука донео је решење број **012-199/3-2014** од **2. 7. 2015.** године.

2. Састав комисије са знаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен:

**Др Илија Ћосић, ред. проф.** – председник Комисије

Производни системи, организација и менаџмент, 15.11.1993, Факултет техничких наука, Нови Сад

**Др Бранко Перишић, ванр. проф.** – члан Комисије

Примењене рачунарске науке и информатика, 19. 5. 2011, Факултет техничких наука, Нови Сад

**Др Лепосава Грубић-Нешић, ред. проф.** – члан Комисије

Производни системи, организација и менаџмент, 8. 7. 2015, Факултет техничких наука, Нови Сад

**Др Никола Маричић, ред. проф.** – члан Комисије

Менаџмент електронских медија, Радио продукција, 5. 4. 2005, Факултет драмских уметности, Београд

**Др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф.** – члан Комисије

Менаџмент у култури и теорије медија, 13. 4. 1995, Факултет драмских уметности, Београд

**Др Биљана Ратковић Његован, ванр. проф.** – члан Комисије, ментор

Производни системи, организација и менаџмент, 16. 5. 2012, Факултет техничких наука, Нови Сад

### II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

1. Име, име једног родитеља, презиме:  
**ИВА, Предраг, БЕЛЕСЛИН**
2. Датум рођења, општина, република:  
**1. 8. 1984, Нови Сад, Србија**
3. Датум одбране, место и назив магистарске тезе:
4. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука:

### III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

**„МОДЕЛ СИСТЕМА ПОДРШКЕ ОДЛУЧИВАЊУ ПРОГРАМСКОГ МЕНАЏМЕНТА  
У МЕДИЈИМА НА ПРИМЕРУ ЈАВНОГ МЕДИЈСКОГ СЕРВИСА У СРБИЈИ”**

#### **IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

Докторска дисертација кандидата Иве Белеслин написана је на 320 страна. Садржи, осим увода, 12 поглавља, 69 табела, 23 слике, 43 графикона, два прилога, те 223 наслова литературе. Поред кључне документације, приложен је регистар табела, графикона и слика.

##### **Садржај дисертације:**

1. БУДУЋНОСТ ТЕЛЕВИЗИЈЕ У СВЕТЛУ ТЕХНОЛОШКИХ ПРОМЕНА
2. ПРОМЕНЕ У КРЕТАЊУ ПУБЛИКЕ
3. ЈАВНИ РАДИОДИФУЗНИ СЕРВИС
4. ЈАВНА РАДИО-ДИФУЗИЈА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ
5. ЈАВНИ МЕДИЈСКИ СЕРВИСИ У ЗЕМЉАМА У РЕГИОНУ
6. ПРОГРАМСКИ МЕНАЏМЕНТ И ПРОГРАМИРАЊЕ ТЕЛЕВИЗИЈСКОГ САДРЖАЈА
7. СИСТЕМ ПОДРШКЕ ОДЛУЧИВАЊУ – ОСНОВНИ КОНЦЕПТ
8. ИСТРАЖИВАЊЕ
9. КОНЦЕПТУАЛНИ МОДЕЛ СИСТЕМА ПОДРШКЕ ОДЛУЧИВАЊУ ПРОГРАМСКОГ МЕНАЏМЕНТА У МЕДИЈИМА
10. ЗАКЉУЧАК
11. ЛИТЕРАТУРА
12. ПРИЛОЗИ

#### **V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

##### **Поглавље 1 – БУДУЋНОСТ ТЕЛЕВИЗИЈЕ У СВЕТЛУ ТЕХНОЛОШКИХ ПРОМЕНА**

У оквиру првог поглавља дат је преглед развоја телевизије као масовног медија из историјске и технолошке перспективе, затим развоја јавних и комерцијалних медијских предузећа, те кабловске и сателитске телевизије. Еволуција и коришћење телевизије у савременим условима стављени су у контекст развоја дигиталних технологија и иновација које оне доносе у посредовању медијских садржаја, где су посебно апострофиране могућности интерактивне телевизије. У том смислу предвиђа се и будућност овог медија: а) нова технолошка решења телевизију чине мобилном, па ће јој се приступати произвољно, независно од места на ком се налази телевизијски пријемник или од поседовања самог ТВ пријемника (могућност гледања путем паметних телефона, рачунара и сл.); б) традиционалан начин емитовања програма према дефинисаној програмској шеми губи на значају, јер ће гледалац моћи да бира садржаје и време њиховог гледања; в) стварање могућности за задовољавање индивидуалних потреба гледалаца; г) промене у начину оглашавања.

*Позитивно се оцењује.*

##### **Поглавље 2 – ПРОМЕНЕ У КРЕТАЊУ ПУБЛИКЕ**

У поглављу посвећеном променама у кретању телевизијског аудиторијума/публике објашњавају се разлози ових промена, од којих су, као најважнији, истакнути дигитализација и конвергенција медија, с обзиром на то да омогућавају већу доступност медијских садржаја на различитим медијским платформама, као и комбинацију масовне и интерперсоналне комуникације. Објашњена је и разлика међу појединим медијским ентитетима, као што су маса, аудиторијум и публика, а дефинисани су и типови публике. Процеси промена у кретању ТВ публике тумачени су кроз методологију сегментације, али је фокус стављен на процесе фрагментације телевизијског аудиторијума, тј. транзиције масовне публике усмерене на један медијски производ и један медиј на, по бројности, више мањих (ниша) публика, оријентисаних на коришћење више медијских платформи и медијских садржаја. У овом контексту је дискутовано питање прихода медијских предузећа, с обзиром на то да фрагментација ТВ публике смањује приходе од оглашавања, будући да се оглашивачима исплати улагање у рекламе уколико их прати што већи број гледалаца.

*Позитивно се оцењује.*

### Поглавље 3 – ЈАВНИ РАДИОДИФУЗНИ СЕРВИС

У оквиру трећег поглавља дат је преглед развоја јавне радио-дифузије у Европи. Објашњен је концепт јавних медија, као медија у служби грађана, чије се деловање заснива на начелима универзалности, разноликости, независности и препознатљивости. Указано је и на основне разлике јавних и комерцијалних медија: комерцијални медији су оријентисани на профитабилност, тј. на стварање вишка вредности за акционаре, док су јавни медији оријентисани на друштвену рентабилност. Проблематизовано је и питање финансирања јавних медија, с обзиром на све гласније опонирање концепту јавног финансирања (буџетског или из претплате грађана) ових медијских организација, а дат и преглед начина финансирања појединих радио-дифузија у Европи. Поглавље завршава аргументованом прогнозом о будућности јавних РТВ медија, где се наглашава нужност њиховог садржинског прилагођавања жељама и потребама масовног, али и фрагментисаног аудиторијума, затим омогућавање интерактивности на релацији медиј – публика, као и „персонализације” у генерисању садржаја, уместо досадашње праксе пуке трансмисије медијских садржаја. Ово поглавље је поентирано закључком да одржавање високог квалитета разноликог програма, као и институционалног кредибилитета и даље остају најважнији задаци јавних емитера.

*Позитивно се оцењује.*

### Поглавље 4 – ЈАВНА РАДИО-ДИФУЗИЈА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Организација и функционисање јавне радио-дифузије у Републици Србији описано је о оквиру пет тематских целина. У првој је дат општи преглед развоја радио-телевизије у Србији, с освртом на почетак емитовања телевизијског програма, а у другој настанак и развој *Радио-телевизије Србије* као јавног медијског сервиса. У оквиру треће целине изложена је организациона структура *Радио-телевизије Србије*, уз детаљан (шематски) приказ свих актуелних организационих целина, од управљачких до извршних. Кроз графичке приказе у форми дијаграма тока, илустрован је процес доношења одлука програмског менаџмента о избору, производњи и емитовању програмских садржаја. Програмски менаџмент припада стратешком нивоу управљања у оквиру управљачке структуре *Радио-телевизије Србије*, дефинисане у четвртој целини. Овако изложени подаци омогућавају посматрање РТС-а као комплексног пословног система. У петом делу овог поглавља детаљно је анализирано процентуално учешће свих врста програма у укупној програмској понуди (информативни, научно-образовни, дечји, културно-уметнички, забавно-музички, филмски, серијски, спортски програм), за период од 2010. до 2013. године, као и процентуална заступљеност програма на српском језику и програма сопствене продукције у програмима произведеном на српском језику. Подаци о организацији РТС-а, те програмским врстама и њиховој заступљености дати у овом поглављу, представљали су неопходне елементе за конципирање истраживања аудиторијума о односу према програмима РТС-а с једне, и израду концептуалног модела система подршке одлучивању програмског менаџмента, с друге стране.

*Позитивно се оцењује.*

### Поглавље 5 – ЈАВНИ МЕДИЈСКИ СЕРВИСИ У ЗЕМЉАМА У РЕГИОНУ

У овом поглављу је дат упоредни преглед специфичности јавних медијских сервиса у Србији, Хрватској, Босни и Херцеговини, Црној Гори, Македонији, Словенији и Мађарској. Поређење је вршено на основу броја ТВ канала, начина финансирања, спровођења процеса дигитализације, удела оствареног аудиторијума, као и проблема и изазова с којима се сусрећу јавне радио-дифузије у региону. Циљ овог компаративног прегледа је био да се утврди позиција *Радио-телевизије Србије* на домаћем медијском тржишту у односу на позицију других националних јавних емитера у свом медијском окружењу.

*Позитивно се оцењује.*

### Поглавље 6 – ПРОГРАМСКИ МЕНАЏМЕНТ И ПРОГРАМИРАЊЕ ТЕЛЕВИЗИЈСКОГ САДРЖАЈА

Шесто поглавље је посвећено анализи функција и функционисања програмског менаџмента и његових ингеренција у програмирању телевизијског садржаја. Програмски менаџмент је посматран као креативно-комуникациони центар медијског предузећа, који носи значајан део управљачког, али и стваралачког „терета”. Програмски менаџмент не само да одлучује о програмској понуди, већ има и обавезу да прати промене на медијском тржишту, односно конкуренцију, као и да врши континуирани мониторинг аудиторијума. Једном речју, у (мулти)медијском окружењу треба да успостави систем ефикасног управљања техничким и организационим иновацијама и иновацијама у обликовању и

дистрибуцији медијског садржаја. У том контексту је описан процес програмирања медијског садржаја, начин одређивања програмске шеме, плана емитовања програма и сл., уз претходно дефинисање појмова као што су „телевизијски програм”, „програмирање”, „програмске врсте”. Дато је и објашњење специфичних програмских форми, већ устаљених као тзв. телевизијски формати, који су постали неизоставан део програмске понуде свих емитера. Поглавље завршава двома темама везаним за делатност програмског менаџмента, а то су: анализа програмске понуде конкурентских медија и анализа сопствене програмске понуде. Кандидат је апострофирао портфолио анализу, где се медијско предузеће одређује за неку од стратегија диверзификације, односно одређивања скупа карактеристичних подручја пословних активности, које доводе до реалних показатеља о томе које производе треба задржати а које елиминисати, у које производе би требало уложити више или мање финансијских средстава, које нове производе, али и услуге би било пожељно развијати.

***Позитивно се оцењује.***

#### Поглавље 7 – СИСТЕМ ПОДРШКЕ ОДЛУЧИВАЊУ – ОСНОВНИ КОНЦЕПТ

У овом поглављу, у коме су изложене теоријске основе за каснију израду концептуалног модела система подршке одлучивању програмског менаџмента у медијима, дата су општа објашњења о процесу одлучивања, а детаљније су описане карактеристике и врсте оваквих система. Они су дефинисани као интерактивни, флексибилни и адаптивни рачунарски информациони системи, развијени за подршку решавању пословних проблема и побољшању процеса одлучивања. Савремени системи за подршку одлучивању, чију претечу чине управљачки информациони системи (*Management Information Systems – MIS*), базирани на обезбеђивању унапред спецификованих информација, омогућавају менаџерима аналитичко моделовање, симулацију и експлоатацију могућих алтернатива. Следећи литературу, кандидат је навео врсте, односно категоризацију система подршке одлучивању, која се заснива на комуникацијама, подацима, документима, знању и моделу. Поглавље завршава констатацијама о предности коришћења оваквих система, као и могућностима њихове примене у свим облицима пословних активности.

***Позитивно се оцењује.***

#### Поглавље 8 – ИСТРАЖИВАЊЕ

Осмо поглавље, посвећено јавно-мњенском истраживању, по сложености и обиму представља најкомплекснији део дисертације. Овде је дефинисани предмет, циљ, узорак, метод и инструмент истраживања, постављене су хипотезе, презентовани и дискутовани резултати истраживања, изведени кључни налази. Истраживање је конципирано у три целине, па су тако презентовани и дискутовани и резултати. Први део истраживања односио се на утврђивање преференција учесника истраживања према програмским врстама, односно програмским садржајима емитованим на телевизијама с националном покривеношћу. При томе су обухваћене све врсте програма (информативни, научно-образовни, дечји, културно-уметнички, забавно-музички, филмски, серијски, спортски). Други део истраживања се односио на вредновање програма јавног медијског сервиса *Радио-телевизије Србије* од стране учесника истраживања према утврђеним критеријумима, а трећи на испитивање њихових ставова и мишљења о начину финансирања јавних медија. Резултати истраживања су, у оквиру ове три целине, детаљно изложени, те појединачно и интегрално дискутовани. Уз текстуални део, сваки налаз је поткрепљен обимним табеларним приказима, којима се експлицирају сви добијени истраживачки налази.

Уз то, кандидат је резултате истраживања поредио с другим, релевантним истраживачким налазима, као и с подацима о гледаности програма и заступљености програмских врста регулаторних тела задужених за мониторинг ТВ програма (Републичка радиодифузна агенција) и независних истраживачких агенција (*АГБ Нилсен*) – и то за период од 2011. до 2014. године.

***Позитивно се оцењује.***

#### Поглавље 9 – КОНЦЕПТУАЛНИ МОДЕЛ СИСТЕМА ПОДРШКЕ ОДЛУЧИВАЊУ ПРОГРАМСКОГ МЕНАѢМЕНТА У МЕДИЈИМА

У изради концептуалног модела система подршке одлучивању програмског менаџмента у медијима кандидат је јавни медијски сервис – *Радио-телевизију Србије* – представио као пословни систем, који остварује своју улогу кроз дефинисану мисију, организациону, управљачку, функционалну и информациону структуру. Поглавље се састоји из пет делова, а то су: а) дефинисање модела који

омогућавају пословном систему да се понаша као систем; б) дефинисање оквира концептуалног модела система подршке одлучивању на основу утврђивања реалног стања система (заступљеност програмских врста на *PTC 1*, *PTC 2*, *PTC* тотал (*PTC 1 + PTC 2*) у 2011, 2012, 2013. години; заступљеност програмских врста на *PTC 1* на недељном нивоу – понедељак/недеља у временском термину од 06.00 до 24.00 сата); в) трансформација статистичких чињеница у одлуку (упоредивост реалног стања и жеља и потреба аудиторijума – одређује се у седам наведених корака); г) дефинисање препорука као аутпута система подршке одлучивању програмског менаџмента у медијима и д) изведени елементи концептуалног модела система подршке одлучивању.

Иновативан приступ у начину поређења немерљивих елемената – стања система и жеља и потреба аудиторijума, као основе за давање препорука које пружа концептуални модела система подршке одлучивању, доприносе томе да констатације дате у овом поглављу, као кључне у дисертацији, могу бити основа за даља истраживања, као и за имплементацију наведених истраживачких налаза у развоју софтверског пакета услуга.

***Позитивно се оцењује.***

#### Поглавље 10 – ЗАКЉУЧАК

У закључном делу рада кандидат је дао синтезу укупног претходног текста дисертације, повезујући садржајем одређене тематске области у прегледну целину. Овде су, уз критички осврт, апострофирани кључни проблеми у функционисању јавних радио-дифузија, те се наводи да технолошке промене у домену комуникација нису једини разлог нужне трансформације јавних медија у функционалну или мултимедијски оријентисану структуру. Због притисака комерцијалне конкуренције, стагнантне или чак рестриктивне политике према свим јавним приходима и властитих проблема с финансирањем, јавни медији све теже обављају своје традиционалне функције.

Ипак, кандидат оптимистички предвиђа да је будућност јавних медија извесна, али само уз производњу квалитетних садржаја различитих жанрова и формата, за масовну и сегментисану публику. Овај, пре свега креативан посао, обавља програмски менаџмент, који у организационом погледу спада у изразито функционалну управљачку структуру задужену за: дугорочно планирање, припремање и производњу програмских садржаја и квалитетних пројеката трајне културне вредности; иновирање произведеног и емитованог програма; стални мониторинг програма. Наводећи неколико стратегија програмирања на телевизији (*dayparting, bridging, counterprogramming, theming, stripping* и др.), кандидат наводи да се оне најчешће комбинују, истичући, при томе, да извесност исхода у виду величине аудиторijума и задовољства програмом није лако предвидети, без обзира на то коју стратегију програмирања је менаџмент применио.

Стога, како би се смањиле потенцијалне грешке у избору медијских садржаја и начину њиховог пласирања, предложен је концептуални модел система подршке одлучивању програмског менаџмента, који може да допринесе компетентнијем процесу доношења одлука при избору, производњи и режиму емитовања медијских садржаја.

Студија случаја, заснована на примеру јавног медијског сервиса – *Радио-телевизије Србије*, показала је на који начин би концептуални модел система подршке одлучивању програмског менаџмента могао да се примени. Анализирано стање заступљености програмских врста и њихово упоређивање с резултатима истраживања – потребама и жељама аудиторijума, доводи до дефинисања домена промене стања. Одређивање минималних и максималних граница у оквиру којих је могуће кретање промене и прављење корекција на нивоу процентуалне заступљености програмских врста и термина њиховог емитовања, омогућава програмском менаџменту да, пратећи преференције аудиторijума, коригује своју програмску шему и меродавније доноси одлуке. Крајњи исход ових поступака би био верификован повећањем удела у гледаности.

***Позитивно се оцењује.***

#### Поглавље 11 – ЛИТЕРАТУРА

Списак коришћене литературе садржи 223 референце иностраних и домаћих аутора из области које су релевантне за дато истраживање (јавни медијски сервис, аудиторijум, дигитализација, програмски менаџмент, програмирање, модел система подршке одлучивању). Коришћени литературни извори су исправно цитирани у оквиру основног текста и једнообразно навођени у списку коришћене литературе.

***Позитивно се оцењује.***

## Поглавље 12 – ПРИЛОЗИ

Дванаесто поглавље садржи два прилога – упитник, према ком је реализовано истраживање и пример јавног конкурса за избор програмских садржаја независних продукција, који ће се емитовати на програму *Радио-телевизија Србије*.

*Позитивно се оцењује.*

## VI СПИСАК НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КОЈИ СУ ОБЈАВЉЕНИ ИЛИ ПРИХВАЋЕНИ ЗА ОБЈАВЉИВАЊЕ НА ОСНОВУ РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОКВИРУ РАДА НА ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ:

1. Ratković Njegovan, B., **Šidanin, I.** (2014). Public broadcasting crisis as management crisis: a case study of Radio television of Vojvodina. *Journal of East European Management Studies*, 19(3), 348–367. ISSN: 0949-6181. [M–23]
2. Ratković Njegovan, B., **Beleslin, I.** (2013). Issues required to change in the organization of media company. In: *III International Symposium „Engineering Management and Competitiveness 2013 (EMC 2013), June 21-22, 2013, Zrenjanin, Serbia. Proceedings*. Zrenjanin: University of Novi Sad, Technical Faculty „Mihajlo Pupin“, 123–129. ISBN: 978-86-7672-202-0. [M–33]
3. Ратковић Његован, Б., **Шиђанин, И.** (2012). Културни садржаји у програмима Радио телевизије Војводине. Зборник радова Културна политика, уметничко стваралаштво и медијска пракса у функцији одрживог друштвеног развоја. Београд: Факултет за културу и медије, 367-379. ИСБН: 978-86-7747-476-8. [M–33]
4. Ratković Njegovan B., **Šidanin, I.** (2011). Media and Creative Industries: The value of Creative Content. In: *XV International Scientific Conference on Industrial Systems – IS ' 11*. Novi Sad: Faculty of Technical Sciences, Department of Industrial Engineering and Management, 583-587. ISBN: 978-86-7892-341-8. [M–33]
5. Ратковић Његован, Б., **Шиђанин, И.** (2012). Стратегије менаџмента у медијима у условима економско-финансијске кризе. Зборник апстраката XVII Интернационални научни скуп СМ 2012 *Стратегијски менаџмент и системи подршке одлучивању у стратeгијском менаџменту*. Суботица: Економски факултет, 92-93. ИСБН: 867233304-7. [M–33]
6. Шиђанин, И. (2012). Менаџмент социјалних медија и медијско окружење. *Школа бизниса*, 4, 17–23. УДЦ 65.012.32:004.773 004.738.4. [M–53]

## VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Истраживање преференција аудиторијума према одређеним врстама програма телевизија с националном покривеношћу, с нагласком на јавни медијски сервис – *Радио-телевизију Србије*, показало је значајан ниво неусклађености између програмске понуде и жеља и потреба аудиторијума, која се односила на готово све програмске врсте: с једне стране, због превелике заступљености пројединих програмских садржаја (информативних, серијских, спортских), а с друге, због тога што одређене програмске врсте (дечји, научно-образовни, забавно-музички, културно-уметнички програм), по обиму и квалитету, не задовољавају потребе и интересовања учесника истраживања. Како би се успоставио баланс у програмској понуди, те смањено волонтизам менаџмента у креирању програмске понуде, у дисертацији је предложено модел система подршке одлучивању програмског менаџмента, верификован на основу репрезентативне студије случаја, односно наведених резултата истраживања.

Упоредна анализа стања, тј. заступљености емитованог програма и потреба и жеља учесника истраживања, заснована на иновативном дефинисању процеса упоредивости података, омогућава изражавање домена у оквиру ког је могуће извршити промену, па самим тим дефинисати и препоруке, као резултат процеса свођења великог броја могућности на неколико алтернатива, најблискијих резултатима истраживања. Препоруке су дате као аутпут система подршке одлучивању и представљају солуције које може да понуди такав систем. Засноване су на укрштању кључних података: врсте програма, процентуалне заступљености програма као реалног стања, врсте промене у оквиру домена промене,

термину емитовања, броју сати емитованог програма и потребама аудиторијума. Препоруке, дате за сваку од осам програмских врста, могу знатно да побољшају процес доношења одлука.

Предложени концептуални модел је високог степена апстракције и може наћи своју примену у било ком медијском предузећу, пружајући системску подршку програмском менаџменту да брже, лакше и прецизније доноси одлуке приликом избора, производње и емитовања медијских садржаја. Концептуални модел система подршке одлучивању може се, даље, развијати у правцу дизајнирања софтверског пакета услуга и као такав наћи на тржишту.

#### **VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА**

У дисертацији је извршено комплексно и вишеслојно истраживање, употпуњено компарацијом с резултатима сличних истраживања, као и другим изворима. Образложена је друштвена и научна оправданост предмета и циља истраживања и дефинисани су кључни појмови. Приказани резултати су презентовани логично и конзистентно, с више параметара и различитих показатеља. Истраживачки налази су адекватно примењени на предложени модел система подршке одлучивању, што указује на могућности активног практиковања тематике којом се кандидат бавио.

**Комисија позитивно оцењује начин приказа и тумачења резултата истраживања.**

#### **IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

##### **1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме?**

Комисија констатује да је дисертација написана у складу с образложењем наведеним у пријави теме.

##### **2. Да ли дисертација садржи све битне елементе?**

Дисертација својим насловом, садржајем, постављеним проблемом и предметом истраживања, дефинисаним хипотетичким оквиром, методологијом, резултатима истраживања, начином тумачења ових резултата и њиховом имплементацијом у процесу израде концептуалног модела система подршке одлучивању, садржи све битне елементе карактеристичне за ову врсту научно-истраживачког рада.

##### **3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци?**

Дисертација, својим тематским одређењем и актуелношћу, елаборацијом садржинских целина уз коришћење обимне и рецентне литературе, затим истраживањем, а посебно применом резултата истраживања у креирању концептуалног модела система подршке одлучивању, представља новину у области менаџмента медија.

Концептуални модел система подршке одлучивању омогућава ефикасније и ефективније доношења одлука програмског менаџмента у медијима. Повећање, односно смањење емитовања одређених програмских врста у укупном програму, које је у складу с жељама и потребама аудиторијума, дефинисано у оквиру домена промене, утиче на промене у креирању програмске шеме и имплицира повећање удела у гледаности, што обезбеђује финансијску стабилност и профитабилно пословање медијског предузећа. Ова област није значајније истраживана, а системи за подршку одлучивању, за сада немају примену у процесу доношења одлука програмског менаџмента. Стога би се модел, конципиран у овој дисертацији, могао сматрати оригиналним научним доприносом, применљивим у пракси.

##### **4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања:**

Комисија сматра да докторска дисертација нема недостатака у погледу дефинисаних истраживачких питања и циљева, истраживачких налаза, као и тумачења и презентовања добијених резултата.

**X ПРЕДЛОГ:**

На основу укупне оцене дисертације, Комисија предлаже Наставно-научном већу Факултета техничких наука у Новом Саду да се докторска дисертација Иве Белеслин – *Модел система подршке одлучивању програмског менаџмента у медијима на примеру јавног медијског сервиса у Србији* – **прихвати и кандидаткињи одобри јавна одбрана.**

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. **Др Илија Ћосић, ред. проф.**, Факултет техничких наука, Нови Сад (Производни системи, организација и менаџмент)

---

2. **Др Бранко Перишић, ванр. проф.**, Факултет техничких наука, Нови Сад (Примењене рачунарске науке и информатика)

---

3. **Др Лепосава Грубић-Нешић, ред. проф.**, Факултет техничких наука, Нови Сад (Производни системи, организација и менаџмент)

---

4. **Др Никола Маричић, ред. проф.**, Факултет драмских уметности, Београд (Менаџмент електронских медија, Радио продукција)

---

5. **Др Милена Драгићевић Шешић, ред. проф.**, Факултет драмских уметности, Београд (Менаџмент у култури и теорије медија)

---

6. **Др Биљана Ратковић Његован, ванр. проф.**, Факултет техничких наука, Нови Сад (Производни системи, организација и менаџмент)

---