

Табела 9.1. Научне, уметничке и стручне квалификације наставника и задужења у настави

Име и презиме		Семир Вехапи			
Звање		Доцент			
Назив институције у којој наставник ради са пуним или непуним радним временом и од када		Државни универзитет у Новом Пазару, од 2010. године			
Ужа научна односно уметничка област		Маркетинг и савремено предузетништво			
Академска каријера					
	Година	Институција	Научна или уметничка област	Ужа научна, уметничка или стручна област	
Избор у звање	2020.	Државни универзитет у Новом Пазару	Економија	Пословна економија/Маркетинг и савремено предузетништво	
Докторат	2015.	Економски факултет Универзитета у Нишу	Економија	Пословно управљање	
Диплома	2009.	Државни универзитет у Новом Пазару	Економија	Менаџмент у трговини	
Списак предмета за које је наставник акредитован на првом или другом степену студија					
Р.Б.	Ознака предмета	Назив предмета	Вид наставе	Назив студијског програма	Врста студија
1.	302Е	Маркетинг	Предавања и вежбе	Економија	ОАС
2.	304Е1/ 305ПИ/ 209СИЗ	Предузетништво/ Предузетништво и менаџмент	Предавања и вежбе	Економија/ Пословна информатика/ Софтверско инжењерство	ОАС
3.	308ПИ2	Интернет маркетинг	Предавања и вежбе	Пословна информатика	ОАС
4.	407ПИ2	Управљање иновацијама	Предавања и вежбе	Пословна информатика	ОАС
5.	ЕКМ181	Предузетничке вештине и развој бизниса	Предавања и вежбе	Биологија	МАС
Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)					
1.	Mitić, S., Vehapi, S. (2021). Food Choice Motives of Generation Z in Serbia. <i>Economics of Agriculture</i> , 68 (1), 127-140, https://doi.org/10.5937/ekoPolj2101127M [M24]				
2.	Vehapi, S., Milanović, M. (2017). The effect of marketing orientation on business performance of Serbian organic producers. <i>Economics of Agriculture</i> , 64 (4), 1651-1668, https://doi.org/10.5937/ekoPolj1704651V [M24]				
3.	Vehapi, S., Dolićanin, E. (2016). Consumers Behavior on Organic Food: Evidence from the Republic of Serbia. <i>Economics of Agriculture</i> , 63 (3), 871-889, https://doi.org/10.5937/ekoPolj1603871V [M24]				
4.	Šabotić, Z., Vehapi, S., Lekpek, A. (2023). Customers' Intention in Terms of Using Mobile Banking Services in Serbia. In: Benković, S., Labus, A., Milosavljević, M. (eds) <i>Digital Transformation of the</i>				

	<i>Financial Industry. Contributions to Finance and Accounting</i> (pp. 151-169). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23269-5_9 [M14]	
5.	Вехапи, С., Шаботић, З. (2021). Спремност потрошача генерације Z да плате вишу цену за органску храну у Србији. <i>Маркетинг</i> , 52 (4), 247-258, https://doi.org/10.5937/mkng2104247V [M51]	
6.	Вехапи, С., Шаботић, З., Лекпек, А. (2021). Детерминанте сатисфакције банкарских клијената услугама интернет банкарства у Србији. <i>Маркетинг</i> , 52 (2), 83-94, https://doi.org/10.5937/mkng2102083V [M51]	
7.	Вехапи, С., Шаботић, З. (2019). Анализа организације и примене маркетинга на примеру произвођача органске хране. <i>Маркетинг</i> , 50 (4), 268-278, https://doi.org/10.5937/markt1904268V [M51]	
8.	Вехапи, С. (2019). Детерминанте развоја тржишта органске хране у земљама Западног Балкана. <i>Маркетинг</i> , 50 (1), 43-53, https://doi.org/10.5937/Markt1901043V [M51]	
9.	Вехапи, С., Долићанин, Е. (2016). Анализа маркетинг инструмената домаћих произвођача органске хране. <i>Маркетинг</i> , 47 (1), 29-41, http://dx.doi.org/10.5937/markt1601029V [M51]	
10.	Вехапи, С. (2015). Истраживање мотива потрошача који утичу на куповину органске хране у Србији. <i>Економске теме</i> , 53 (1), 105-121, http://dx.doi.org/10.1515/ethemes-2015-0007 [M51]	
Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника		
Укупан број цитата	28 хетероцитата	
Укупан број радова са SCI (SSCI) листе		
Тренутно учешће на пројектима	Домаћи	Међународни
Усавршавања		
Други подаци које сматрате релевантним Редовни члан Српског удружења за Маркетинг (СeМА). Рецензент у врхунском часопису националног значаја Маркетинг – часопису за маркетинг теорију и праксу.		