

## Biografija-Nenad Perić

### Lični podaci:

Rođen 1979, odrastao i živi u Beogradu. Živeo u Španiji, Italiji i Turskoj.

Kontakt: [REDACTED]



### Obrazovanje (master, magistar i doktor je nauka, a specijalizant i master umetnosti):

Osnovne četvorogodišnje studije (priznate kao master nauka i master umetnosti) Menadžmenta i produkcije završio je pre roka na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu (1998-2002, 9.15), gde završava i magistarske naučne studije Menadžmenta kulture i medija (2002-2006, 9.42). Specijalizirao je Produkciju i menadžment Filma i televizije na VŠMU u Bratislavi (2004). Doktorat Kreiranje i evaluacija medijske politike na primeru Vojske Srbije branio je na Fakultetu za kulturu i medije u Beogradu 2008.

### Zvanja:

- Redovni profesor nauka za oblasti Menadžment, Marketing i Komunikologija.
- Redovni profesor umetnosti za oblasti Mediji i reklama, Produkcija umetnosti i medija, Teorija umetnosti.

### Radno i pedagoško iskustvo (26 godine staža, 14 u visokom školstvu):

- FDB, Univerzitet Union-Nikola Tesla, Beograd: *redovni prof. nauka i redovni prof. umetnosti i mentor na OAS, šef Katedre za produkciju (2019-)*. Predmeti: Menadžment i marketing u kulturi, umetnosti i medijima, Komunikacije, Brendovi i brendiranje.
- Visoka škola za komunikacije, Beograd: *redovni prof. i mentor na OAS i MAS (2018-2021)*. Predmeti: PR, Politički marketing, Organizacija projekata u medijima/kulturi, TV industrija, Filmska i TV estetika
- Univerzitet Metropolitan: *docent (2009) i vanredni profesor (2013-)* na OAS, MAS, DAS Fakulteta za menadžment i Fakulteta digitalnih umetnosti, *dekan Fakulteta digitalnih umetnosti (2013-2016), član Senata (2012-2016)*. Mentor na svim nivoima (2 doktoranta, 9 master, 50 diplomanata). Predmeti: Odnosi s javnošću, Brend menadžment, Menadžment specijalnih i medijskih događaja, Teorija medija, Marketing i umetnost.
- Visoka strukovna škola za propagandu i PR: *nastavnik i profesor strukovnih studija (2008-2009)*. Predmeti: Strategije oglašnih i PR kampanja, Organizacija i poslovanje reklamnih agencija, Politički marketing.
- Rektorat Univerziteta umetnosti: *koordinator (2001)*.
- Narodno pozorište u Beogradu: *producent (2001)*.
- NORD d.o.o.: *marketing menadžer (1998-2008), suvlasnik (2008-2013), savetnik (2013-2021)*

### Društveno i kulturno angažovanje:

U prethodne dve decenije bio učesnik većeg broja projekata u kulturi i medijima, od kojih su dva EU projekta (Tempus i ICEDA). Kao stručnjak za medije i komunikacije od 2007. zabeležio je preko osamdeset gostovanja i intervjuova za elektronske i štampane medija (dostupno preko YouTube i drugih kanala). Autor je jedne samostalne i koautor druge multimedijalne izložbe (Međunarodni kulturni centar u Beogradu, novembar 2008 i DKSG, mart 2013). Producent ili koproducent deset izložbi održanih u najznačajnijim beogradskim galerijama i osnivač jedne stalne godišnje-DizajnUM. Održao je petnaest tribina na temu medija, kulture i marketinga od 2008 do danas: devet samostalnih (u Domu omladine Beograd, DKSGu Beograd i Biblioteci grada Beograda) i šest grupnih (u Domu omladine Pančevo, SKCu Kragujevac, KC Gradu, DKSG Beograd. UK Parobrod i Fakultet političkih nauka u Beogradu).

### Naučno angažovanje:

Autor i vođa više kurseva u oblasti komunikacija i medija (od 2010 do danas). Monografije Planiranje medija i medijskih kampanja (2008), Medijske, PR i brend tendencije (2010 sa drugim, proširenim, izdanjem 2011), Specijalni i medijski događaji (2018), i preko 100 naučnih radova, među kojima su najznačajniji:

- Ненад Перић, Ана Јевтовић, Парасоцијална комуникација на друштвеним мрежама: студија случаја Новака Ђоковића и његових пратилаца, Баштина, 33(62), 2023, стр: 247-260.

- Каролина Перчић, Ненад Перић, The analysis of direct marketing media usage and effectiveness, EMC Review, Vol. XII No. 1, 2022., стр: 37-56.
- Ненад Перић, Ана Јевтовић, Importance of Local Culture in Advertising: Case of Serbia, Баштина, 32(56), 2022, стр: 541-552.
- Ненад Перић, Оља Арсенијевић, The Influence of Mobile Phones on Children and Youth - General Overview, International Scientific Conference PaKSoM, Belgrade, 2022., стр: 427-432.
- Мирослав Митровић, Ненад Перић, Media as an Instrument of Strategic Communication in Armed Conflicts, Security Challenges of Modern Society - Problems, Dilemmas and Implications, Faculty of Law, Security and Management Constantine the Great, Nis, 2022, 45-60.
- Каролина Перчић, Ненад Перић, The Effectiveness of Direct Marketing Media Regarding Different Target Groups in Serbia, Periodica Polytechnica Social and Management Sciences, Vol. 29. No. 1, 2021.: 21-32.
- Ненад Перић, Мирослав Митровић, Нова медијска стратегија Војске Србије као инструмент меке моћи, Војно дело, 3/2021, година LXXII стр: 60-72.
- Ненад Перић, Тајана Мамула Николић, Теодора Делић, Analysis of Attitudes of GenZ Toward Media and Consumption: The Region of Balkans, Маркетинг, 3/2020, Vol. 51, стр: 210-218.
- Тихомир Вранешевић, Ненад Перић, Тајана Марушић, Perception of Social Media as a Source of Relevant Information, Zagreb International Review of Economics & Business, Vol. 22, No. 1, 2019: 133-144.
- Контроверзно (шок) оглашавање: појам, облик и утицај, Зборник радова Факултета драмских уметности бр. 37. 2020. стр: 87-99.
- Ненад Перић, Бранко Бошковић, Игор Радошевић, Sports mega-events and their wider social importance through Public Relations activities, Војно дело, бр. 5/2019, год LXX стр: 126-134.
- Ненад Перић, Media war: "artillery support" for NATO aggression on the FRY 1999, David vs Goliath: NATO's War Against Yugoslavia and its Implications, Институт за међународну политику и привреду у Београду и Факултет политичких наука у Београду, 2019. стр: 350-364
- Каролина Перчић, Ненад Перић, Ђуро Кутлача, The Adoption of Internet Media as Marketing Innovations in Serbia, Management, Vol. 24/2, 2019., стр: 63-72.
- Ненад Перић, Немања Јанковић, Пруге и орлови – деловање Централног прес-бироа и сарадња са америчким новинарима у Краљевини Југославији, Национални интерес, 2/2018., стр: 41-59.
- Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, Ненад Вујић, The Public Perception of the Print and Electronic Newspapers and Magazines Editions-Case of Serbia, Маркетинг, 1/2017. Vol. 48., стр: 50-57.
- Ненад Перић, Милица Васиљевић Благојевић, Ненад Вујић, Research of readership attitudes to tabloid editions of newspapers and magazines in RS, Informatologia, Vol. 50 No. 3-4, 2017., стр: 162-169.
- Милица Васиљевић-Благојевић, Ана Бован, Ненад Перић, Комуницирање компанија током кризе – односи с медијима, III Моћ комуникације, Универзитет Апеирон, Београд 2014, стр: 351-361.
- Ненад Перић, Мирјана Миловановић, Ана Бован, Примена интегрисаних маркетиншких комуникација у пословању породичних фирми у Републици Српској, Маркетинг 3/2013, Vol 44. стр: 274-285.
- Ненад Перић, Илија Кајтез, Идеологија и пропаганда као масмедијска средства геополитике и њихов утицај на Балкан, Национални интерес, 2/2013 год. IX vol. 17, стр: 173-189.
- Ненад Перић, Ана Стевановић, Менаџери за односе с јавношћу и политички функционери-истински владари у комуникационом процесу, Култура, бр. 139, 2013., стр: 273-285.
- Ненад Перић, Промене политичког маркетинга-комуницирања, идеологија и њихов утицај на друштво, Национални интерес, 3/2009 год. V, vol. 6, стр: 233-245.
- Ненад Перић, Проблематика и методе евалуације медијског и ПР деловања, Политичка ревија, бр. 4/2008 год. (XX) VII vol=18, стр: 1331-1352.
- Ненад Перић, Односи са јавношћу, комуникација у кризним ситуацијама и Војска Србије, Војно дело, бр. 2/2010 година LXII, стр: 317-330.
- Ненад Перић, Медијска политика, информисање јавности, масовно комуницирање и пропаганда као средства међународне политике и идеологије, Национални интерес, 3/2008 год. IV, vol. 4, стр: 169-:
- Маријана Добреновић, Ненад Перић, Андријана Васић Никчевић, Правни аспекти и примери упоредног оглашавања, Хуманистика, 5/2019, стр: 61-77.