| **Име и презиме** | | | | | | | Сања Божић | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Звање** | | | | | | | Доцент | | | |
| **Назив институције у којој наставник ради са пуним радним временом и од када** | | | | | | | Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство (01.04.2017.) | | | |
| **Ужа научна односно уметничка област** | | | | | | | *нпр.* Туризам | | | |
| **Академска каријера** | | | | | | | | | | |
|  | | | | Година | Институција | | | | | Област |
| Избор у звање | | | | 2017. | ПМФ, Нови Сад | | | | | Туризам |
| Докторат | | | | 2016. | ПМФ, Нови Сад | | | | | Туризам |
| Магистратура | | | | 2013. | ПМФ, Нови Сад | | | | | Туризам |
| Диплома | | | | 2012. | ПМФ, Нови Сад | | | | | Туризам |
| **Списак предмета које наставник држи у текућој школској години** | | | | | | | | | | |
| Р.Б. | назив предмета (*у загради ставите и шифру*) | | | | | | | | врста студија | |
| 1. | Психологија у туризму (T105) | | | | | | | | основне | |
| 2. | Менаџмент туристичке дестинације (Т317) | | | | | | | | основне | |
| 3. | Развој производа и стратегије брендирања (МКТ104) | | | | | | | | мастер студије у процесу акредитације | |
| 4. | Интеркултурална комуникација (МКТ106) | | | | | | | | мастер студије у процесу акредитације | |
| 5. | Kвантитативнe и квалитативне методе истраживања у културном туризму (МКТ 107) | | | | | | | | мастер студије у процесу акредитације | |
| **Репрезентативне референце (минимално 5 не више од 10)** | | | | | | | | | | |
|  | | **Božić S.** and Tomić N. 2016. Developing the Cultural Route Evaluation Model (CREM) and its application on the Trail of Roman Emperors, Serbia. Tourism management perspectives, 17, 26-35. | | | | | | | | |
|  | | Jovanović T., **Božić S.,** Dinić B., Majstorović N. 2017. Serbian adaptation of the Brand Personality Scale (BPS): an application to tourism destinations. Primenjena Psihologija, 10 (1), 37-61 | | | | | | | | |
|  | | **Kovačić, S.,** Milenković, N., Slivar, I., & Rancic, M. (2019). Shaping city brand strategies based on the tourists’ brand perception: report on Banja Luka main target groups. *International Journal of Tourism Cities,* DOI 10.1108/IJTC-08-2018-0061. | | | | | | | | |
|  | | Ivkov, M., **Božić, S.,** & Blešić, I. (2019). The effect of service staff’s verbalized hospitality towards group diner’s additional purchases and tipping behaviour. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *19*(1), 82-94. | | | | | | | | |
|  | | **Božić S.,** and Jovanović T. 2017. Gender, Age, and Education Effects on Travel-Related Behavior: Reports on Facebook. In: (Eds.Woodside A., and Decrop A.) Consumer Behavior in Tourism and Hospitality Research (pp. 59-80). Emerald Publishing Limited | | | | | | | | |
|  | | **Božić S.** and Jovanović T. 2017. Turistička destinacija kao prostorni uvjet za zadovoljenje turističkih potreba. In: (Eds. Slivar I., Alerić D., Stankov U.) Kupovna moć potrošača (pp. 25-45). INTERGRAFIKA TTŽ d.o.o., Zagreb | | | | | | | | |
|  | | **Božić, S.,** Berić, D., Tomić, N. 2014. The role of promotion in tourists' decision to partake in a cultural route – The case study of "The Trail of Roman Emperors" (Serbia). European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, 5(3), 141-161. | | | | | | | | |
|  | | **Božić S.,** Jovanović T., Tomić N., Vasiljević Đ.A. 2017. An analytical scale for domestic tourism motivation and constraints at multi-attraction destinations: The case study of Serbia's Lower and Middle Danube region. Tourism management perspectives, 97-111. | | | | | | | | |
|  | | Tomić, N. and **Božić, S.** 2014. A modified geosite assessment model (M-GAM) and its application on the Lazar Canyon area (Serbia). International Journal of Environmental Research, 8 (4), 1041-1052 | | | | | | | | |
|  | | Blešić I., Pivac T., **Božić S.** 2017. Motives for visiting traditional cultural events of ethnic groups in Vojvodina. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, 4, pp. 43-55. | | | | | | | | |
| **Збирни подаци научне, односно уметничке и стручне активности наставника** | | | | | | | | | | |
| Укупан број цитата | | | | | | 63 | | | | |
| Укупан број радова са SCI (SSCI) листе | | | | | | 5 | | | | |
| Тренутно учешће на пројектима | | | | | | Домаћи | | Међународни 1 | | |
| Усавршавања | | |  | | | | | | | |
| Други подаци које сматрате релевантним  Члан маркетинг тима Департман за географију, туризам и хотелијерство (од октобра 2016. године); рецензент бројних радова у домаћим и међународним часописима (11 часописа); | | | | | | | | | | |