

PRVA TV <http://www.ninamedia.rs/ftp/tgi/15.04.2013/>

PRVA TV <http://www.ninamedia.rs/ftp/tgi/15.04.2013/>



**Datum:** 15.04.2013  
**Medij:** Prva televizija  
**Emisija:** Tačno 1  
**Autori:** Bogdana Mladenović  
**Teme:** TGI

	<b>Početak</b>	<b>Kraj</b>	<b>Trajanje</b>
<b>Emisija</b>	15.04.2013 13:00:00	15.04.2013 14:00:00	60:00
<b>Prilog</b>	15.04.2013 13:32:00	15.04.2013 13:36:04	4:40

**Naslov:** "Superbrands" projekat

1806

**Voditeljka:**

Pre skoro dve decenije u Velikoj Britaniji osnovan je "Superbrands" projekat koji prepoznaje i utvrđuje vodeće, međunarodne i lokalne brendove. Titulu super brenda sada nose i mnogobrojni proizvođači širom sveta, a od 2007. godine prefiks ispred svog brenda imaju i srpske kompanije. Krajem aprila biće poznato koje od 1500 kompanija koliko ih je bilo u konkurenciji su super brendovi Srbije 2013. godine.

**Reporterka:**

Srbija ima probirljive potrošače, ali i visoko kvalitetne proizvode, pa će tako titulu super brenda poneti do 7 kompanija u 34 kategorije, od prehrane, turizma, ugostiteljstva, do medija.

**Simeon Comokos**

**Superbrend**

Proces je bio veoma težak i komplikovan. Trebalo nam je vremena da napravimo selekciju najboljih brendova i da ih izdvojimo iz velikog broja kompanija u Srbiji.

**Toplica Spasojević**

**Predsednik upravnog odbora Superbrend Srbija:**

Gledali smo da oni stvarno održavaju one kriterijume koje smo postavili da su to priznati brendovi na našem tržištu, da dugo traju, da nude kvalitet i tu dugotrajnost i s druge strane da su to društveno odgovorne kompanije.

**Reporterka:**

Projekat Superbrands postoji i u 90 zemalja širom sveta. Pokrenut je 1994. godine u Londonu i od tada je vodeća svetska platforma za promociju brendova.

**Simeon Comokos**

**Superbrend**

Mislim da kroz ovaj projekat na pravi način možemo da predstavimo sve super brendove iz Srbije celom svetu.

**Toplica Spasojević**

**Predsednik upravnog odbora Superbrend Srbija:**

Naša nagrada ima za cilj da promovise i domaće proizvode, ali s druge strane i da privuče strane investitore koji će da saznaju i na ovaj način da je Srbija dobro mesto gde ljudi cene dobar kvalitet, a ne brend.

**Reporterka:**

U četvrtak 25-og aprila će se znati koji su to super brendovi Srbije prema mišljenju stručnog žirija, ali i potrošača.



**Datum:** 17.04.2013  
**Medij:** Kopernikus  
**Emisija:** Jutro on line  
**Autori:** Redakcija  
**Teme:** TGI

	Početak	Kraj	Trajanje
<b>Emisija</b>	17.04.2013 06:00:00	17.04.2013 12:00:00	360:00
<b>Prilog</b>	17.04.2013 09:23:00	17.04.2013 09:31:46	8:46

**Naslov:** Gostovanje Aleksandre Novaković

3787

Voditeljka:

I dalje ste uz jutarnji informativni program Televizije Kopernikus u nastavku sledeća tema: 25-og aprila u Beogradu najeminentnijim korporativnim brendovima Srbije 2012/2013 svečano će biti dodeljene nagrade. Inače ova svetska platforma za promociju brendova nastala je u Velikoj Britaniji '94 godine, a u Srbiji organizuje se drugi put. O tome u formi naravno najave pričamo u nastavku jutra a u goste su nam na moje zadovoljstvo stigli Elizabet Marakula direktor projekta Superbrands Srbija i Aleksandar Novaković saradnik istog projekta. Dobro jutro dobro došli, welcome, thank you for coming. Za početak zapravo možda bismo mogli da čujemo nešto više o ovoj platformi i šta je zapravo čitava koncepcija i ideja pre nego što malo krenemo u detalje. So would you be so kind to inform us about the platfor of Superbrands in general.

Elizabe Marakula

Direktor projekta Superbrands Srbija:

Nastao je 1994. godine kao jedna platforma za približavanje uopšte te ideje brendinga i za pokazivanje zapravo širim masama koliko zapravo brend utiče na njihove živote i kako se to odražava na ljudske živote. Sada je zapravo 1995. godine nastao zapravo kao institucija u V. Britaniji i danas je priznat u 90 članica zemalja širom sveta.

Voditeljka:

U Srbiji je tek dve godine.

Elizabe Marakula

Direktor projekta Superbrands Srbija:

Zapravo drugi put se održava Superbrands u Srbiji ovoga puta. Prvi put je održan 2007. godine u Sava Centru a ove godine održavamo korporativni Superbrands koji se odnosi naravno na kompanije koje su učestvovala u izboru i selekciji. Zapravo izbor se zasniva na toj pouzdanosti znači na jednoj konzistentnosti korporativnih brendova u Srbiji i na njihovu korporativnu odgovornost u okruženju.

Voditeljka:

Kako se reaalizuje ta selekcija, kako to sve izgleda dok ne stignemo do tih nagrada.

Elizabe Marakula

Direktor projekta Superbrands Srbija:

Zapravo proces je krenuo pre godinu dana krenuli smo od 5.000 jednog približnog broja od 5.000 kompanija koji smo suzili na 1.600 kompanija koje su ušle u taj da kažem uži izbor za akorporativni Superbrand status. Naravno od ovih 1.600 kompanija uz pomoć stručnog saveta koji broji 17 časova eminentnih pripadnika poslovnog okruženja mi smo zapravo napravili jednu selekciju 34 kategorije, privredne kategorije kompanija u koje smo razvrstali ovih 1.600 kompanija. Znači nakon te prve faze selekcije napravljena je zapravo nastupila je druga faza gde su članovi stručnog saveta zajedno sa aketom javnog mnjenja davali svoje glasove. Odnos tih glasova je bio 50:50% i tako smo došli opet do još užeg broja znači korporativnih Superbrendova. Zaista želim da naglasim da je ono što je zapravo jako bitno bilo u procesu selekcije jeste pouzdanost ovih brendova koji su učestvovali bilo kod članova stručnog saveta ili u anketi javnog mnjenja koje je sprovedeno. Znači pouzdanost i konzistentnost na tržištu tih brendova.

Voditeljka:

A šta zapravo ovakav koncept pa onda i ova selekcija imaju za cilj u jednom poslovnom okruženju evo na primer možemo konkretno i da se zadržimo na Srbiji.

Elizabe Marakula

Direktor projekta Superbrands Srbija:

Ja bih htela da naglasim svoje lično mišljenje da je zapravo cilj ovog projekta jeste da se na neki način promovišu i da se tržištu da se promovišu kompanije koje su veoma uspešne na ovom tržištu da bi se time i pokazalo koliko je kompletno poslovno okruženje Srbije da kažem na jednom visokom nivou i da se na neki način kroz tu međunarodnu da kažem promociju koju definitivno Superbrands projekat pruža dođe do da se otvori da se pokaže zapravo da je Srbija jeste jedno dobro okruženje za investicije za privlačenje akpitala.

Voditeljka:

Dodela nagrada je 25-og.

Znači 25-og aprila u hotelu Metropol Pallace imamo dodelu svečanu dodelu nagrada nadamo se da će biti



**Datum:** 17.04.2013

**Medij:** Kopernikus

**Emisija:** Jutro on line

**Autori:** Redakcija

**Teme:** TGI

	<b>Početak</b>	<b>Kraj</b>	<b>Trajanje</b>
<b>Emisija</b>	17.04.2013 06:00:00	17.04.2013 12:00:00	360:00
<b>Prilog</b>	17.04.2013 09:23:00	17.04.2013 09:31:46	8:46

**Naslov:** Gostovanje Aleksandre Novaković

508

veoma uzbudljivo tada ćemo proglasiti sve pobednike i eto naravno nadamo se da ćete vi biti tu.

Voditeljka:

Hvala vama što ste izdvojili vreme što ste ovoga jutra bili naš gost. Da bile su to Elizabet Marakula direktor projekta Korporate Superbrand Srbija i Aleksandra Novaković saradnik istog projekta na temu dodele nagrada najeminentnijim korporativnim brendovima Srbije 2012/2013 koja će biti održana 25-og aprila u Beogradu u Metropol Pallace hotelu od 19 časova. Čuli ste detalje u nastavku crtani film.

PINK TV <http://www.ninamedia.rs/ftp/tgi/19.04.2013/>

PRVA TV <http://www.ninamedia.rs/ftp/tgi/22.04.2013/>



**Datum:** 20.04.2013

**Medij:** Prva televizija

**Emisija:** Noćni žurnal

**Autori:** Redakcija

**Teme:** Corporate Superbrands Serbia

**Početak:**

**Kraj:**

**Trajanje:**

**Emisija** 20.04.2013 00:00:00 20.04.2013 00:30:00 30:00

**Prilog** 20.04.2013 00:10:00 20.04.2013 00:10:38 0:38

**Naslov:** Knjiga "Corporate Superbrands"

605

Zoran Maranac:

U Hotelu Metropol u Beogradu promovisana je Knjiga Corporate Superbrands, u ovom izdanju za Srbiju je 47 odobrenih kompanija koja je po različitim kriterijumima odredila stručna komisija. Inače takvi projekti sprovode se u više od 90 zemalja širom sveta, a cilj je da se u poslovnom svetu označe one kompanije koje su uspešne ali i odgovorne prema društvu. Neke od srpskih kompanija biće nagrađene 25. aprila.

Elizabet Maragula, Superbrand - Srbija:

Knjiga je o brendovima nešto kao Biblija o brendovima, i ona predstavlja kompanije koje su socijalno odgovorne i koje su pouzdani partneri.

<http://www.gdeinvestirati.com/ostale-teme-124/politika-i-drustvo/srbija/12871-dodela-nagrada-najeminentnijim-korporativnim-brendovima-srbije>

## Dodela nagrada najeminentnijim korporativnim brendovima Srbije

Detalji Datum Kreiranja Petak, 05 April 2013 10:42 Autor GdeInvestirati

**BEOGRAD** - Sa velikim zadovoljstvom najavljujemo svečanu dodelu nagrada najeminentnijim korporativnim brendovima Srbije 2012-2013. koja će se održati 25. aprila 2013. u Beogradu, u hotelu Metropol Palace sa početkom u 19.00h.



**Superbrands** je osnovan 1994. godine u Velikoj Britaniji i predstavlja vodeću svetsku platformu za promociju brendova radi povećanja informisanosti o brendingu i promoviše tu oblast kroz prepoznavanje i utvrđivanje vodećih međunarodnih i lokalnih brendova u svakoj zemlji članici, kojih ima 90 širom sveta. **Superbrands se po drugi put organizuje u Srbiji**, a prvi put je, kao i sada postigao izuzetne rezultate i interesovanje poslovne i šire javnosti. Poslovno okruženje u Srbiji je izuzetno dobro prihvatilo projekat Corporate Superbrands Srbija 2012-2013. što pokazuje da se poslovni sektor Srbije razvija brzo i efikasno.

**Cilj Corporate Superbrands Serbia 2012-2013.** bio je da se striktnom procedurom izaberu najuspešnije kompanije – korporativni superbrendovi na području Srbije.

**Procedura izbora za Corporate Superbrands Serbia 2012.-2013. u Srbiji sprovedena je u dve faze.** U prvoj fazi, Stručni savet konstituisan na volonterskom principu od sedamnaest članova, ocenjuje početnu listu od približno 1.600 najpoznatijih brendova, podeljenih u 34 kategorije u zavisnosti od sektora u kojem posluju. Stručni savet ja zasnivao svoje mišljenje na sledećim opštim kriterijumima: priznanje javnosti i dobra reputacija; dugotrajna doslednost i pouzdanost; odgovornost korporacije: tržište - kvalitet, cena i usluge, korporativni odnosi - zakonitost i transparentnost, poslovna sredina i postupci, društvena odgovornost-sponzorstva, kulturni i društveni događaji, zaštita životne sredine. U drugoj fazi odabrane Corporate Superbrands ocenjivali su članovi Stručnog saveta, kao i građani Srbije, putem ankete istraživanja javnog mnjenja. Anketa ispitivanja javnog mnjenja sprovedena je na reprezentativnom uzorku od 1.000 predstavnika punoletne urbane populacije Srbije. Dva dobijena rezultata kombinovana su na sledeći način: 50 odsto glasova Stručnog saveta i 50 odsto glasova na osnovu istraživanja javnog mnjenja.

Tako je dobijeno **po sedam najboljih korporativnih brendova iz svake kategorije** koji čine selekciju korporativnih superbrendova Srbije. Na ovaj način su 244 kompanije dobile status Korporativnog Suprebrenda Srbije za 2012-2013. godinu.

U okviru projekta Corporate Superbrands Serbia 2012-2013. pripremljena je **publikacija Corporate Superbrands Bible 2** koja prikazuje istorijat, razvoj i uspehe nekih od najjačih korporativnih brendova u Srbiji, usput otkrivajući i neverovatne i izuzetne podatke, a predstavlja i marketing menadžere koji stoje iza uspešnih brendova kompanija. Ovo luksuzno ilustrovano izdanje zaista zahteva i zaslužuje pažnju zbog obilja informacija koje sadrži, kao i zbog inspirativnog dizajna, fotografije, mnoštva boja i otmenog reklamnog stila.

**Zahvaljujemo se prijateljima projekta na izuzetnoj podršci;** kompaniji Attica Media SRB na instrukcijama i izuzetnom dizajnu Superbrands Bible; hotelu Metropol Palace za realizaciju manifestacije i pratećih događaja; Prvoj Srpskoj televiziji što je omogućila da Superbrands koncept predstavi širokom auditorijumu; kompaniji ICAP Grupa na njihovom ozbiljnom istaživanju mnogih sektora srpske privrede; kompaniji TNS Medium Gallup na sprovedenoj anketi na teritoriji cele zemlje.

Dodatne informacije dostupne na: [www.superbrands.rs](http://www.superbrands.rs)



**Datum:** 22.04.2013  
**Medij:** Naše novine  
**Rubrika:** U fokusu  
**Autor:** L.J.R.  
**Teme:** TGI

**Napomena:**  
**Površina:** 50  
**Tiraž:** 0



**Naslov:** Promocija knjige o superbrendovima

**Strana:** 8

### Promocija knjige o superbrendovima



Novo izdanje publikacije „Corporate superbrands Srbija“, kojom se odaje priznanje uspešnim brendovima, promovisano je u hotelu „Metropol“. Gostima su značaj publikacije predstavili Elizabet Maragula, direktorka ovog projekta u Srbiji, Simeon Comokos, direktor TGI grupe, koja je organizator ovog projekta u Grčkoj i Srbiji, i Teplica Spasojević, predsednik Stručnog saveta projekta u našoj zemlji. **L.J.R.**

PRAVDA.rs

<http://www.pravda.rs/2013/04/20/odrzana-promocija-izdanja-superbrands-srbija-2012-2013/?lng=lat>

## ODRŽANA PROMOCIJA IZDANJA „SUPERBRENDIS SRBIJA“ 2012-2013.

**IZVOR: PRAVDA**

**BEOGRAD**– Sinoć je svečano promovisano novo izdanje Superbrands-a, Superbrands u okviru projekta Corporate Superbrands Serbia 2012-2013, a u prisustvu velikog broja zvanica, predstavnika kompanija učesnica u izdanju, članova Stručnog saveta, prijatelja projekta i predstavnika medija.



Luksuzna publikacija Corporate Superbrands Bible 2 obuhvata neke od najjačih kompanija u Srbiji koje su učestvovala u selekciji Corporate Superbrands Serbia 2012-2013. Mnoštvo interesantnih podataka, projekata i dostignuća kompanija predstavljeno je u ovom izdanju. Ova knjiga je zajednički poduhvat ljudi iz svih ovih kompanija i odaje priznanje njihovim marketinškim timovima koji stoje iza uspešnih brendova tih kompanija. U kreativnom smislu većina

kompanija je odabrala personalizovani omot knjige koji na veoma inspirativan način predstavlja njihove korporativne brendove. Corporate Superbrands Bible 2 će se distribuirati u Srbiji svim relevantnim institucijama i internacionalno u 90 zemalja članica Superbrands institucije. Time se promovišu



kompanije koje posluju na srpskom tržištu kao i samo tržište Srbije koje je izuzetno aktivno i ima izuzetan potencijal, uzevši u obzir mnogobrojne korporacije-učesnice projekta Corporate Superbrands Serbia 2012-2013.

Gostima na promociji su se obratili Simeon Comokos, direktor TGI – organizatora Superbrands projekta u Grčkoj i Srbiji, Toplica Spasojević, predsednik Stručnog saveta Corporate Superbrands Serbia 2012-2013 i Elizabet Maragula, direktor projekta Superbrands Serbia 2012-2013.

Simeon Comokos se zahvalio svim kompanijama učesnicima u izdanju Corporate Superbrands Serbia 2012-2013 i ostalim članovima Stručnog saveta kojih je ukupno sedamnaest na njihovom učešću i velikoj pomoći na projektu u odabiru korporativnih brendova, na savetima i smernicama koje su davali tokom projekta. Toplica Spasojević je naglasio da ovaj projekat pruža promociju kompanija u Srbiji na međunarodnom planu čime se istovremeno promovise i privreda Srbije.

Superbrands je nastao 1994. godine u Velikoj Britaniji i predstavlja vodeću svetsku platformu za promociju brendova, informise i promovise ovu oblast kroz prepoznavanje i utvrđivanje vodećih međunarodnih i lokalnih brendova u svakoj zemlji članici, kojih ima 90 širom sveta. Superbrands se po drugi put organizuje u Srbiji i sada je, kao i 2006-7, postigao izuzetne rezultate i interesovanje poslovne i šire javnosti što pokazuje da se poslovni sektor Srbije razvija brzo i efikasno.

Cilj Corporate Superbrands Serbia 2012-2013 bio je da se u strogoj proceduri izaberu najuspešnije kompanije – korporativni superbrendovi na području Srbije.

Procedura izbora za Corporate Superbrands Serbia 2012.-2013. u Srbiji sprovedena je u dve faze. U prvoj fazi, Stručni savet konstituisan na volonterskom principu od sedamnaest članova, ocenjuje početnu listu od približno 1.600 najpoznatijih brendova, podeljenih u 34 kategorije u zavisnosti od sektora u kojem posluju. Stručni savet ja zasnivao svoje mišljenje na sledećim opštim kriterijumima: priznanje javnosti i dobra reputacija; dugotrajna doslednost i pouzdanost; odgovornost korporacije: tržište – kvalitet, cena i usluge, korporativni odnosi – zakonitost i transparentnost, poslovna sredina i postupci, društvena odgovornost-sponzorstva, kulturni i društveni događaji, zaštita životne sredine. U

drugoj fazi odabrane Corporate Superbrands ocenjivali su članovi Stručnog saveta, kao i građani Srbije, putem ankete istraživanja javnog mnjenja. Anketa ispitivanja javnog mnjenja sprovedena je na reprezentativnom uzorku od 1.000 predstavnika punoletne urbane populacije Srbije. Dva dobijena rezultata kombinovana su na sledeći način: 50 odsto glasova Stručnog saveta i 50 odsto glasova na osnovu istraživanja javnog mnjenja. Tako je dobijeno po sedam najboljih korporativnih brendova iz svake kategorije koji čine selekciju korporativnih superbrendova Srbije. Na ovaj način su 244 kompanije dobile status Korporativnog Suprebrenda Srbije za 2012-2013. godinu.

Zahvaljujemo se prijateljima projekta na izuzetnoj podršci; kompaniji Attica Media SRB na instrukcijama i izuzetnom dizajnu Superbrands Bible; hotelu Metropol Palace za realizaciju manifestacije i pratećih događaja; Prvoj Srpskoj televiziji što je omogućila da Superbrands koncept predstavi širokom auditorijumu; kompaniji ICAP Grupa na njihovom ozbiljnom istaživanju mnogih sektora srpske privrede; kompaniji TNS Medium Gallup na sprovedenoj anketi na teritoriji cele zemlje.

<http://www.glas-javnosti.rs/aktuelne-vesti/2013-04-19/najava-dogadaja-za-petak-19-april>

## NAJAVA DOGAĐAJA ZA PETAK, 19. APRIL

Biserko, Milivoj Bešlin i autor Robert Donia. Aeroklub, Uzun Mirkova 4. BEOGRAD, 18:00 - Promocija knjige Corporate Superbrands Serbia 2012-2013. Hotel Metropol Palace, Royal Hall. VALJEVO, 19:00 - Ministar

# Društvo

**ANKETA**  
 Koliko plaćate mesečne račune za komunalije?

Manje od 5.000 dinara



9,8%

32,9%

Od 5.000 do 10.000 dinara

57,2%

Više od 10.000 dinara

**VESTI**

**SANU**  
**Prazna sela**  
 U selima Srbije trenutno ima više od 50.000 praznih kuća, dok u 145.000 njih niko ne živi, izjavio je danas predsednik Odbora za selo SANU Dragan Skorić. On je na naučnom skupu "Perspektive i razvoj sela" održanom u SANU rekao: U 986 sela stanuje manje od 100 žitelja i ona će nestati za jednu deceniju. Najviše zabrinjava činjenica da 260.000 mladih i 100.000 devojaka sa sela, starijih od 30 do 45 godina, nisu zasnovali porodicu.

**UGOSTITELJI**  
**Protivpožarna zaštita obavezna**  
 Izmena pojedinih zakonskih akata i uslozljavanjem uslova za registrovanje ugostiteljskih objekata, samo su neki od predložaka za spečavanje požara. Usudžice, tabe, ugostiteljski objekat može da bude otvoren tek kada obezbedi kompletnu protivpožarnu zaštitu.

**JAT**  
**Jeftinije avio-karte**  
 Kompanija "Jet enevj" do 1. maja omogućava kupovinu jeftinijih karata za povratna putovanja, od 22. aprila do 30. juna, osim u vreme uzorkinijh pravaka. U ponudi su povratne karte od 99 evra do Podgorice, Tivta i Skoplja, 109 evra do Sarajeva, Dubrovnika, Splita, Pula i Ohrida, za 119 evra do Beča...



**FOTO-VEST**

**Otkriven prirodni fenomen**  
 Prirodni fenomen u staru selu Rudare u Karšuljki gotovo identičan „Dubrovskom mostu“ u Severnoj Istri, koji je po razlikom Uneska, otkrili su juče stručnjaci turističkog preduzeća „Planika“. Žid je sastavljen od horizontalnih kamenih kolona dužine 100 i više deset metara. Direktor sektora za turizam „Planika“ Radovan Tanasković rekao je da se najverovatnije radi o kamenim blokovima različitih oblika, od četvorougona do osmougona, dužine do jednog metra. Svi stubovi su potpuno pravilno uklopljeni jedan na drugi. Prva pretpostavka je da je u pitanju prirodni fenomen.



**Sinod Srpske pravoslavne crkve** poseduje obilje materijala koji crno na belo svedoče o seksualnim aktivnostima vladike zvrničko-tuzlanskog Vasilija (Kačavende). „Blic“ je imao uvid u deo kolekcije snimaka episkopa sa muškarcima na kojima se vidi da vladicin angažman sa mladima nije duhovne, već intimne, telesne prirode.

**ZELJKA JEVIĆ**

Kako „Blic“ saznaje, Sinod Srpske pravoslavne crkve poseduje listvne fotografije, video i audio snimke i oko 40 svedočenja mladića i sveštenstva Eparhije zvrničko-tuzlanske. Svedočenja su o vladicini seksualnim sklonostima, ali i o pritis-cima na seksualni odnos. Fotografije, kao i snimci neohotivo svedoče o Kačavendini homoseksualnim

## NE MARE ZA PREPORUKU MINISTARSTVA

# Veće školarine traži 13 fakulteta

**P**ovećanje školarina za narednu akademsku godinu tražilo je 13 od 31 fakulteta Univerziteta u Beogradu, uprkos stavu Ministarstva prosvete da školarine ne treba menjati i istim molbama studentskih organizacija.

MILJANA LESKOVAĆ  
 DRAGANA PANDUREVIĆ

Tri fakulteta čak su prekršila i sav Senata da povećanje školarina bude najviše 12 odsto, a među njima prednjači Stomatološki fakultet koji traži da školarina poskupi sa 180.000 na 220.000 dinara, odnosno oko 22 procenta. Za njim sledi Geografski

fakultet koji je najavio za odu 14 odsto veću cenu školarine ili 80.000 dinara, dok na FASPER-u planiraju povećanje od 12,1 odsto. Delom, kalu saznajemo u rektoratu, neće odnasti od traženih povećanja i samo ostaje da u narednih 30 dana sarveti fakulteta potvrde ove odluke. U tome ih neće pokušati ni pismo Ministarstva prosvete u kome navode da cene školarina treba da osamu bite, posredkicemo svim fakultetima i na njima je da odlučo da li će

**17** fakulteta nije promenilo visinu školarina za narednu godinu

ga poštovati ili ne. Ovdje se i ne radi o poskupljenju školarina, jer su u odnosu na nagli rast inflacije, one zapravo ostale iste - kaže za „Blic“ prof. dr Vladimir Bumbaširević, rektor

Univerziteta u Beogradu. Razlog za nove cene školarina pravnstveno treba tražiti u malim indovantijama države za fakultete, dodaje Milan Marik, dekan FON-a. - Više od 10 miliona dinara platili smo kako bismo naše najbolje studenje ispratili na razna međunarodna takmičenja. Studenti su nam uzvratili osvojenim nagradama, a mi oscaamo obavezna da isto pružimo i narednim generacijama - odgovara Marik koji najavljuje da će školarina na FON-u iznositi od 129.000 do 142.000 dinara. Iako Mašinski fakultet nije menjao školarinu još od 2004. niti će je menjati do 2014, dekan Milorad Milovančević podržava kolege: - Država ne daje novac nama, a mi onda nemamo ni za grejanje. Nismo doneli odluku o povećanju školarine samo zbog statusa prosečnog studenta Mašinskog fakulteta - ističe Milovančević. Pjeđine studentske organizacije već su najavile proteste ukoliko dode do povećanja školarina, kome se protiv i ministarstvu. - Još pre Nove godine smo obavestili rektorat da se ne slažemo sa povećanjem školarina, a na njihov zahtev smo pre mesec dana i pismeno odgovorili. U ponedeljak je rektor Bumbaširević tražio od nas da ponovo pošakemo svoj odgovor što smo i učinili - kaže za „Blic“ ministar Željko Obradović.

**GDE ĆE BITI SKUPLJE ŠKOLARINE**

1. ove godine poskupije školarina na Stomatološkom fakultetu, što je najveće iznos u odnosu na ostale fakultete. Školarina je za školsku 2012/13. godinu iznosila 180.000 dinara, a 2013/14. biće 220.000 dinara

2. 22,29%

3. 60.000 dinara plaćaće školarinu naredne školske godine studenti Šumarskog fakulteta u Beogradu, umesto 65.000 koliko je bilo prošle. Ovaj fakultete, tako, jedni je koji je predložio manju cenu školarine

FAKULTET	2012/13.	2013/14.	POSKUPLJENJA
2. Geografski	70.000	80.000	14,3%
3. FASPER	78.000	87.600	12,3%
4. Rudarsko-geološki	45.000	50.000	11,11%
5. Matematički	100.000	111.000	11%
6. Poljoprivredni	77.000	85.000	10,4%
7. FON	129.000-142.000	141.000-154.000	10,07%
8. ETF (el. i odlozi)	90.000	99.000	10%
9. ETF (softversko inženjerstvo)	204.000	223.200	9,4%
10. Pravoslavni bogoslovski	105.000	112.800	7,4%
11. FPN	90.000-98.000	100.000	2,04 do 10%
12. Farmaceutski	136.000	145.000	6,62%
13. Ekonomski	100.000	85.272-112.200*	-14,7 do 12,2%
14. Sprota i fizičkog vaspitanja	163.500	164.900	0,85%

\* cena 2012 od uspeha studenta, odnosno može do pojefini ili do poskupje

**Superbrands**  
 SERBIJA 2012-2013

CORPORATE SUPERBRANDS SERBIJA 2012-2013  
 Objava i dobitnika nagrada 25. april 2013.  
 www.superbrands.rs

Organizator:  
**TGI**  
 Strategički marketing

Sponzori:  
**am** **STANA**



**Datum:** 22.04.2013  
**Medij:** Belgrade Insight  
**Rubrika:** Bez naslova  
**Autori:** naručena objava  
**Teme:** Corporate Superbrands Serbia

**Napomena:**  
**Površina:** 0  
**Tiraž:** 0



**Naslov:** Superbrands

**Strana:** 0

Objava dobitnika nagrada  
25. april 2013.  
[www.superbrands.rs](http://www.superbrands.rs)

Organizator:  
TGI  
GROUP INTERNATIONAL

Sponzori:  
am ICAP  
Belgrade Insight  
TGI Media Group