

POTENCIJALNI ZNAČAJ WEB STRANICA ZA BRENDIRANJE UNIVERZITETA

UNIVERSITY WEB PAGES IMPORTANCE FOR UNIVERSITY BRENDING

Branka Petković, prof.knjževnosti, Ministarstvo civilnih poslova BiH*
Prof.Dr sc. Darko Petković, Univerzitet u Zenici**
Prof.Dr sc. Damir Kukić, Univerzitet u Zenici***

***Adresa: Ministarstvo civilnih poslova Savjeta Ministara BiH, trg BiH 1, 71000
Sarajevo; branka.petkovic@mcp.gov.ba**

****Adresa: Centar za inovativnost i preduzetništvo Univerziteta u Zenici; Fakultetska 3,
72000 Zenica; +387 32 444 420; fax. +387 32 444 431; darko.petkovic@unze.ba**

*****Adresa: Pedagoški fakultet Univerziteta u Zenici; Industrijska 3, 72000 Zenica;
+387 32 444 420; fax. +387 32 444 431; damir.kukic@pf.unze.ba**

REZIME

Ovaj rad imao je za cilj da analizira značaj web stranica za BiH univerziteta kao jednoj od važnih karakteristika u procesu javnosti rada i brendiranja univerziteta. S obzirom da je Internet postao daleko značajniji medij za komunikaciju visokoškolskih organizacija sa okolinom to je dizajniranje i održavanje web-stranice sada daleko odgovorniji posao nego što je to bio slučaj prethodnih godina. Današnji potencijalni korisnici usluga (budući i sadašnji studenti, potencijalni poslovni partneri, roditelji, ino-partneri i dr.) obično prije ostvarivanja bilo kakvog poslovnog kontakta posjećuju web-stranicu visokoškolske organizacije sa kojom žele sarađivati, studirati ili ostvariti poslovni aranžman. Informacije koje su tamo objavljene mogu imati presudan uticaj na njihovu odluku da li će kontakt uopšte i ostvariti. Upravo iz tog razloga je neophodno da menadžmenti svih nivoa univerziteta obrate znatno više pažnje na djelovanje ljudskih resursa angažovanih na ovim poslovima, te da shvate da web-stranica predstavlja ogledalo visokoškolske organizacije. Uz date teorijske osnove značaja ljudskih resursa za razvoj web platformi svakog univerziteta dati su i vrijedni statistički podaci koji daju mogućnost za poređenja perioda iz 2007., 2009. i 2011.godine. Detektovani problemi mogu biti osnova menadžmentu visokoškolske institucije za preduzimanje ozbiljnih i sistemski postavljenih mjera za popravljanje sadašnjeg stanja.

Ključne riječi: sistem kvaliteta, web stranice, BiH univerziteti, brendiranje,

SUMMARY

This paper was goal to analyse B&H universities web pages as one of the most important part in the transparency of the work and brending activities. Moreover, as Internet becomes more important media for communication between universities and environment as a results produce new role for design and maintenance than in previous time. Nowadays potential users of university services (future and acting students, new business partners, student parents, external and foreign partners etc) mainly before first of contacts visits web-pages of HEI with whom they are want arrange colaboration, studying or business partnership. Web page information sometimes have crucial role for decision of potential contact. That is reason why the management of all levels inside HEI's pay more attention to

the activities of the human resources which act in this filed and recognise web pages as a „mirror“ for obesrvation of the HEI's. After theoretical introduction about importance development of human resources for web pages design in the article were given statistical data of B&H HEI's presents at the Internet web portals and comparisions from years 2007, 2009 and 2011. Detected and recognised problems gives oportunities for serious and systematic set of action for correcting and improvment the present state.

Keywords: quality system, web pages, B&H universities, brending

1. UVOD

Reforme označavaju preobražaj i obnovu obrazovanja. To je ujedno društveni i pedagoški proces kojim se želi temeljno mijenjanje: politike i pozicije obrazovanja, položaja učenika/studenta ali i nastavnika, veća javnost i usmjerenost na planirane ishode, organizaciju sistema obrazovanja i njegovih sadržaja, primjenu novih oblika i sredstava u obrazovanju, usavršavanju nastavnog osoblja i demokratizaciji škola/univerziteta, racionalizaciji i modernizaciji nastave i poboljšanju efikasnosti ali i kvaliteta. Potpuno je novi način predstavljanja visokoškolskih institucija, kako od od samog načina da iste posluju na marketinškim osnovama kao velike svjetske korporacije do uvođenja pojma brendiranje univerziteta tako nezamislivog za period od samo 30-40 godina prije. Veći broj naučnih radnika pod reformom naglašava i primjenu inovacija. Međutim, svaka reforma je uslovljena društvenom, ekonomskom i naučnom potrebom ali i novim saznanjima savremene pedagoške, psihološke, sociološke ili političke nauke. Reforma zahtijeva nove organizacije škola/univerziteta, primjenu savremenih i provjerenih metoda, primjenu novih nastavnih tehnologija, uvođenje izbornih predmeta, vođenje talentovanih ali i davanje šanse svima za jednak pristup obrazovanju. Od nastavnog osoblja se očekuje znatno veća stručna osposobljenost, permanentno stručno usavršavanje ali i znatno veća uključenost u svakodnevnu saradnju sa studentima. Od učenika i studenata se zahtijeva veća aktivnost u nastavi, kreativnost i stvaralaštvo, samoobrazovanje, socijalizacija, brže školovanje i razvoj karijere.

2. VISOKO OBRAZOVANJE U BIH

Prije posljednjeg rata 1992-1995.godine u BiH su postojala 4 javna univerziteta (Sarajevo, Tuzla, Mostar i Banja Luka). Danas je u sistemu visokog obrazovanja prisutno 39 institucija u rangu univerziteta/koledža ili samostalnih fakulteta i to 8 javnih univerziteta i 31 u privatnom vlasništvu. Statistički podaci su vrlo nepouzdana i što je još paradoksalnije znatno se razlikuju od podataka samih univerziteta. Pored povećanja broja javnih univerziteta, nakon rata, posebno bitno za visoko obrazovanje u BiH je i slijedeće: Značajan porast u broju studenata bez odgovarajućeg povećanja osoblja; Uvođenje stepena diplomac, prvostupnik ili bachelor nakon tri ili četiri godine studija (nakon čega slijedi magistarski program za neke studente) umjesto onoga što je bila tipična diploma petogodišnjeg programa diplome; Uvođenje evropskog sistema prenosa bodova (ECTS) kao osnove za modularizaciju novih stepenovanih programa; Uklanjanje odvojenih pravnih statusa fakulteta, otvaranje puta za integraciju univerziteta; Razvoj privatnih visokoškolskih institucija; Ponovno uspostavljanje Rektorske konferencije; Početak rada Agencije za razvoj visokog obrazovanja i osiguranje kvaliteta u BiH; Uspostavljanje centra/agencije za informisanje i priznavanje dokumenata u oblasti visokog obrazovanja [4].

3. OPŠTE O ZNAČAJU WEB STRANICA

3.1. Ciljevi prezentacije na web-stranici

Cilj prezentovanja na Internetu, odnosno kreiranja web-stranice jeste prezentacija organizacije u javnosti, odnosno promocija visokoškolske organizacije sa svim aspektima svog djelovanja (nastava, naučno-istraživački rad, projekti, međunarodna saradnja, aktuelnosti i sl.). Za mnoge kompanije početak strateškog marketinga na Internetu jeste izbor potencijalnih kupaca. Jasno i univerzitet možemo posmatrati kao „kompaniju koja ima svoje kupce“: sadašnje i buduće studente, njihove roditelje, korisnike usluga iz domena naučno-istraživačkog i stručnog rada, učesnike seminara, polaznike cjeloživotnog učenja i brojne druge. U stvarnosti, izbor nekoliko različitih interesnih grupa može znatno uticati na uspjeh marketinške strategije na internetu. Iz nekoliko razloga, izbor raznih interesnih grupa može povećati ukupnu prodaju. Usmjerenom marketinškom aktivnošću mogu biti obuhvaćeni[9]:

- potencijalni kupci – da bi se stvorila dodatna tražnja i novi poslovi prodaje (u slučaju univerziteta to su novi studenti, učesnici seminara, naručioci projekata i sl.);
- postojeći kupci – radi unapređenja poslovanja generisanjem dodatne tražnje u tom segmentu (studenti, korisnici usluga i dr.);
- novinari – da bi izazvali pozitivan publicitet;
- konsultanti – da bi se usmenom komunikacijom pronio dobar glas o firmi;
- svi kupci – da bi se obavjestili o svim karakteristikama proizvoda/usluge;
- konkurenti – da bi se bolje shvatila njihova ponuda;
- službenici – da bi se opremili boljim alatima za što efikasniju prodaju.

Bilo koje interesne grupe da su obuhvaćene, prezentacija na Internetu predstavlja output informacionog sistema visokoškolske organizacije te obezbjeđuje osnovne ulazne informacije interesnim grupama ili njihovim informacionim sistemima, kao i povratnu spregu i interakciju organizacije sa korisnicima usluga i potencijalnim partnerima.

3.2. Organizacija informacionih tokova

Organizaciju informacionih tokova u pogledu ažuriranja web-stranice uglavnom određuje organizaciona struktura same organizacije, s obzirom da je upravo organizaciona struktura odrednica svih formalnih tokova informacija u organizaciji. Kada dobijemo određenu šemu informacionih tokova, odnosno odgovor na pitanje ko je dužan kome dostaviti informacije koje treba da se nađu na web-stranici, potrebno je utvrditi i procedure na osnovu kojih se dostavljaju informacije. Procedure treba da obuhvataju učestalost informisanja i način dostavljanja informacija. U skladu sa potrebama prakse nužno je utvrditi da li je ta obaveza učesnika da vrše informisanje dnevna, sedmična, mjesečna ili pak postoji samo po potrebi da se neke stvari objave ili izmjene. Način komunikacije umnogome zavisi i od izbora komunikacionog medija a pošto web informacije praktično ne koštaju izuzev angažmana osoblja to spadaju u najefektnije sredstvo za medijsko nastupanje organizacije.

3.3. Obezbjeđivanje resursa

Neophodne ljudske resurse za održavanje web-stranice uglavnom organizacije obezbjeđuju na nestandardan način odnosno reorganizacijom posla ili korištenjem usluga agencija, dok se u rijetkim slučajevima mogu javiti i regrutovanja novih radnika na slobodna radna mjesta čiji bi glavni zadatak bio uređivanje web-stranice. Radno mjesto čiji je osnovni zadatak ažuriranje web-stranice najčešće uključuje komunikaciju sa okruženjem organizacije, te web-prezentacija predstavlja samo jedan od komunikacionih medija.

3.4. Radna efektivnost

Za postizanje efektivnog ažuriranja web-stranice potrebno je obezbjediti tri ključna aspekta ciklusa radne efektivnosti:

- **Planiranje rada** menadžment treba izvršavati u saradnji sa zaposlenim na dizajniranju i održavanju web-strance organizacije.
- **Podrška u radu** lica zaduženih za dizajn i održavanje web-stranice mora biti permanentna i formalno definisana. Procedurama mora biti određeno kome se zaposlenici zaduženi za razvoj/održavanje web-stranice mogu obratiti za pomoć. Nužno je voditi računa i o stalnom razvoju software-a i stepena obuke ljudskih resursa.
- **Pregled rada** bi trebao biti redovan, precizan i usklađen sa procedurama donesenim u procesu organizovanja. Pri tome je nužna opreznost po pitanju povezivanja nadležnosti i odgovornosti. Disbalans između ovlaštenja i odgovornosti može dovesti pojedine subjekte u nezavidan položaj te uzrokovati nepotreban stres i lošu efikasnost cjelokupnog sistema.

3.5. Razvoj

Bez obzira na angažovanost resursa u procesu ažuriranja web-stranice, ostaje odgovornost menadžmenta za njen dalji razvoj, kako po pitanju tehnologije tako i po pitanju obuke angažovanih ljudskih resursa. U savremenoj stručnoj i poslovnoj literaturi, sve se više govori o intelektualnom kapitalu kompanije, kao kreativnom potencijalu za ostvarivanje poslovnog uspjeha. Taj kreativni potencijal se uglavnom vezuje za ljudske resurse i njihova primjenjiva znanja. Intelektualni kapital predstavlja sve značajniju imovinu jedne organizacije koja se sastoji od: zaposlenih ljudi i njihovog znanja, tehnologije, prava industrijske i intelektualne svojine, informacionih sistema, gudvila i ostalih oblika nematerijalne imovine [1]. Kreativni potencijal u ovom smislu bismo mogli posmatrati kao sposobnost organizacije da isporuči vrijednost svojim kupcima (npr. da adekvatno znanje, vještine i kompetencije studentima i sl.). Internet bi bio jedan od vidova isporuke vrijednosti u virtualnom svijetu koji je sve manje odvojen od stvarnog svijeta u kome živimo.

3.6. Odnos prema angažovanim ljudskim resursima

Ukoliko su resursi angažovani za održavanje web-stranice primorani da svoj posao rade pod prijetnjom da će trpiti određene sankcije za eventualne nedostatke, sav njihov rad će biti usmjeren na izbjegavanje sankcije, te neće postojati nikakva motivacija za inovativno razmišljanje. Za postizanje boljih rezultata potrebno je njegovati timski rad i individualno učešće zaposlenih pri donošenju odluka o prezentovanim podacima i načinima na koji će podaci biti prezentovani.

3.7. Naknade

Bilo da se radi o radnicima koji su regrutovani isključivo na poslove održavanja web-stranice, ili da se radi o radnicima kojima je održavanje web-stranice dodatni posao, neophodno je da je radnik za svoj posao adekvatno nagrađen. Ukoliko se radi o radniku koji je regrutovan i zaposlen na radno mjesto koje u osnovi podrazumjeva održavanje web-stranice, sasvim je logično da za taj posao bude i plaćen, međutim ukoliko se radi o timu preporuka bi bila da se sastanci tima za brigu o web-stranici održavaju barem jednom mjesečno te da članovi tima dobiju naknadu za svoj rad. Neovisno o iznosu naknade, učesnici tima će imati osjećaj da su plaćeni za svoj rad i osjećati obavezu da izvršavanju zadataka pristupe na ozbiljan način.

4. ANALIZA SLUČAJEVA

U nekoliko narednih tabela date su brojčane vrijednosti obima pojavljivanja BIH državnih univerziteta na najznačajnijem globalnom pretraživaču GOOGLE i najvećem regionalnom pretraživaču KRSTARICA izvršene tokom oktobra 2007.godine, novembra 2009.godine i marta 2011.godine. Sigurno je da ova analiza ne daje podatke o kvalitetu web informacija ali

isto tako treba naglasiti staro marketinško pravilo je da je i loša reklama/informacija ipak reklama/informacija. Stoga pogledajmo najprije navedene podatke o obimu pojavljivanja na navedenim pretraživačima na engleskom i bhs jezicima:

Tabela 1. Podaci za veličinu pojavljivanja BIH javnih univerziteta za 2007.godinu

Univerzitet	Pretraživač Google		Pretraživač Krstarica	
	Bhs-jezici	Eng-jezik	Bhs-jezici	Eng-jezik
UNSA	97 600	1 500 000	86	73
UNBI	10 300	43 000	102	73
UNTZ	42 700	261 000	114	78
SVE-MO	1 260	180 000	72	40
UNMO	716	70 000	71	40
UNISA	467	539 000	54	50
UNZE	18 500 (II)	88 400 (V)	82 (III)	82 (II)
UNBL	15 200	193 000	50	111

Komparativni podaci za 2009.godinu su slijedeći:

Tabela 2. Podaci za veličinu pojavljivanja BIH javnih univerziteta za 2009.godinu

Univerzitet	Pretraživač Google		Pretraživač Krstarica	
	Bhs-jezici	Eng-jezik	Bhs-jezici	Eng-jezik
UNSA	105 000	204 000	31 900	6 650
UNBI	186 000	30 200	2 920	630
UNTZ	41 600	1 550 000	7 730	1 600
SVE-MO	41 200	300 000	2 210	1 000
UNMO	25 000	70 000	7 100	550
UNISA	18 300	1 620 000	9 400	1 380
UNZE	25 000 (VII)	59 700 (VI)	5 160 (VI)	1 190 (V)
UNBL	54 400	179 000	19 000	3 530

Komparativni podaci za 2011.godinu su slijedeći:

Tabela 3. Podaci za veličinu pojavljivanja BIH javnih univerziteta za 2011.godinu

Univerzitet	Pretraživač Google		Pretraživač Krstarica	
	Bhs-jezici	Eng-jezik	Bhs-jezici	Eng-jezik
UNSA	133 000	283 000	17 300	7 190
UNBI	28 000	206 000	2 970	1 150
UNTZ	76 100	918 000	7 250	1 600
SVE-MO	161 000	1 160 000	2 730	1 660
UNMO	13 200	150 000	6 94	159
UNISA	21 100	2 690 000	7 060	1 250
UNZE	42 000 (V)	376 000 (V)	5 470 (V)	1 160 (V)
UNBL	151 000	1 740 000	19 400	3 920

Uporedbom podataka iz 2007.,2009. i 2011.godine vidljivo je da su svi javni univerziteti u BIH shvatili značaj web prezentacija te da je obim pojavljivanja iz godine u godinu veći. Jasno je da veličina BIH univerziteta je bitno različita pa za komparacije između njih treba uvesti u praćenje i druge parametre kao npr. broj studenata, broj osoblja i sl. Na ovaj način mogu se dobiti mjerljivi i uporedivi indikatori. Tako npr. 25000 web domena sa informacijama za UNZE u 2009.godini na bhs jezicima je ekvivalent od cca 4,2 informacije po studentu spram npr. 3,1 za UNSA ili 3,3 za UNBL.

Također, ako pogledamo rezultate rangiranja univerziteta u svijetu koji se vode po metodologiji webometrics-a može se konstatovati da postoji kompatibilnost rezultata. Na objavljenj listi webometrics (www.webometrics.info/rank) koja prati više od 20 000 privatnih i javnih univerziteta u svijetu i vrši njihovo rangiranje Univerzitet u Zenici je zauzeo

3885 mjesto što je napredak za više od 2500 mjesta u odnosu na period od prije tri godine. Time je Univerzitet u Zenici sada trećeplasirani univerzitet iz Bosne i Hercegovine i ispred UNZE nalaze se samo sarajevski i tuzlanski univerziteti koji imaju mnogo dužu tradiciju postojanja i znatno su veći od Univerziteta u Zenici (UNSA na 1949 a UNTZ na 3781 mjestu). U uporedbi sa drugim javnim i privatnim univerzitetima regiona ex-SFRJ Univerzitet u Zenici je među prvih 15 rangiranih pri čemu je najbolji rejtng ostavario Univerzitet u Ljubljani na 205 mjestu, Univerzitet u Beogradu koji je 625, dok se Sveučilište u Zagrebu nalazi na 1355 mjestu.

Rank of Universities of Bosnia and Herzegovina					
WORLD RANK	UNIVERSITY	POSITION			
		SIZE	VISIBILITY	RICH FILES	SCHOLAR
1949	University of Sarajevo	1,257	4,247	1,922	2,472
3781	University of Tuzla	4,131	8,853	1,788	5,068
3885	University of Zenica	3,434	9,786	2,390	4,688
4956	University of Banja Luka Faculty of Electrical Engineering	4,428	11,246	2,718	5,624
5744	University of Mostar	6,995	1,298	6,864	6,898
6050	International University of Sarajevo	8,819	11,464	4,214	3,990
6201	University of East Sarajevo	7,579	11,246	4,499	4,688
6976	University of Banja Luka Faculty of Economics	6,921	14,863	3,716	5,624
7592	University Apeiron Banja Luka	4,988	13,104	6,012	6,898
7929	Fakultet za Poslovni Menadzment	6,989	16,313	3,599	6,898
8806	University Dzemal Bijedic Mostar	6,577	9,183	10,697	6,898
9050	University of Banja Luka *	11,687	9,998	5,146	6,898
9262	Slobomir P University	9,492	8,830	8,530	6,898
9580	Sarajevo School of Science and Technology	7,068	9,388	12,936	6,898
10648	University Apeiron Travnik	8,097	15,002	9,242	6,898
10655	American University in Bosnia and Herzegovina	11,607	10,007	9,215	6,898
11121	University of Bihac	9,272	12,187	12,156	6,898

IMPORTANT: For each country **only** the Higher Education Institutions ranked till the **12,000th** position are included. Complete coverage is over 20,000 organizations, The Catalogue's full list could be checked in the [Directory by Country](#)

Slika 1. Pregled rangiranja BH univerziteta po webometrics-ovoj skali (april, 2011.god.)

Ono što ovaj rad i istraživanje koje ga je pratilo nema namjeru razmatrati a svakako ima velike implikacije je pitanje provedene/neprovedene intergracije univerziteta u BIH i regionu a koje u velikoj mjeri ima i implikacije na ove rezultate. Navest ćemo samo činjenicu da je među 500 prvoplasiranih na čuvenoj Šangajskoj listi svi integrisani univerziteti. Ili da u prvih 100 najbolje rangiranih univerziteta na svijetu odnosno prvih 200 u Evropi a prema Times Higher Education - QS World University Rankings su također svi integrisani univerziteti.

5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Održavanje web-stranice može biti vršeno na principu outsourcing-a, odnosno povjereno nekoj agenciji ili software-skoj kući ili pak povjereno jednom ili grupi uposlenika preduzeća. Pitanje odgovornosti za informacije prezentovane na web-stranici preduzeća ne smijemo ostaviti u nadležnosti urednika web-stranice ili nekog drugog organa ili čak izostaviti odgovornost za njen sadržaj. Bez obzira na koji način da je uređeno održavanje web-stranice, neophodno je organizovati ljudske resurse koji će dostavljati informacije licu zaduženom za vođenje brige o sadržaju podataka objavljenih na web-stranici. Organizacija komunikacije uposlenika angažovanih na održavanju web-stranice u pretežno ovisi o načinu organizovanja preduzeća.

The screenshot shows the 'Ranking Web of World Universities' website for Bosnia and Herzegovina. The main table lists the following data:

WORLD RANK	UNIVERSITY	SIZE	VISIBILITY	RICH FILES	SCHOLAR
1949	University of Sarajevo	1,287	4,247	1,922	2,472
3761	University of Tuzla	4,131	8,833	1,798	5,068
3883	University of Zenica	3,424	9,766	2,390	4,488
4956	University of Banja Luka Faculty of Electrical Engineering	4,428	11,246	3,718	5,424
5744	University of Mostar	6,993	1,290	6,864	4,890
6050	International University of Sarajevo	8,819	11,464	4,214	3,990
6201	University of East Sarajevo	7,379	11,246	4,499	4,488
6976	University of Banja Luka Faculty of Economics	6,921	14,863	3,716	5,424
7392	University Apolon Banja Luka	4,988	13,104	6,012	6,898
7929	Fakultet za Poslovni Menadžment	6,989	16,313	3,999	6,898
8806	University Coastal Biograd Mostar	6,377	9,183	10,637	6,898
9050	University of Banja Luka *	11,487	9,996	5,146	6,898
9262	Slobodan P University	9,492	8,830	6,520	6,898
9580	Sarajevo School of Science and Technology	7,268	9,388	12,926	6,898
10648	University Apolon Tuzla	8,087	15,002	9,242	6,898
10659	American University in Bosnia and Herzegovina	11,607	10,007	9,210	6,898
11121	University of Bihać	9,272	12,187	12,136	6,898

Slika 2. Front-page webometrica liste za BIH

Angažovani ljudski resursi moraju biti adekvatno obučeni za izvršavanje svojih zadataka, bilo da se radi o prostom komuniciranju ili pak da se od njih zahtjeva da sami vrše određene izmjene direktno na stranici. Rad zaposlenih mora biti regulisan internim procedurama. Nužno je da postoji i adekvatan sistem kontrole i obuke zaposlenih da bi se omogućio razvoj osoblja i da bi se osoblje upoznalo sa eventualnim propustima u radu. Za svoj rad uposlenici moraju biti adekvatno nagrađeni da bi se postigla efikasnost njihovog rada jer samo motivisan radnik može biti inovativan i efikasan.

6. LITERATURA

- [1] Rakita B, Međunarodni biznis i menadžment, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd 2006.
- [2] Černetič, Metod: University and economy –an example of bad communication; article; Novi komunikacijski izazovi u obrazovanju; Međunarodni znanstveni i stručni skup, Zbornik radova, Pula, 2006. Sveučilište u Rijeci.
- [3] Dmitrović, Petar: Metodika inkluzivnog obrazovanja; Zavod za udžbenike i nastavna sredstva; I.Sarajevo, 2005.
- [4] Ganicott K., Glanville H., Minkova M.: Studija izvodljivosti za reformu visokog obrazovanja u BiH; Evropska komisija u BiH, mart, 2009.
- [5] Gidens, Entoni: Sociologija; prevod i izdanje : Ekonomski fakultet Beograd, 2007.godina; Original: Anthony Giddens: Sociology, Polity press, Cambridge, 2001.
- [6] Kyriacou, Chris: Nastavna umijeća; Educa, Zagreb, 1997.
- [7] Liessmann, Konrad Pael: Teorija neobrazovanosti: Zablude društva znanja; Naklada Jesenski i Turk; Zagreb lipanj, 2008 /naslov originala Theorie der Unbildung.
- [8] Legrand, Louis: Moralna izobrazba danas; Educa, Zagreb , 1995.
- [9] T.Vassos, Strateški marketing na internetu, autorizovan prevod I.Gvozdenović, CET Beograd,1999.
- [10] www.unesco.org/education
- [11] xxxxx: Strateški pravci razvoja obrazovanja u Bosni i Hercegovini sa planom implementiranja, 2008.–2015.godina; Vijeće ministara BIH, 2008.godina
- [12] xxxx: Besplatne studije : Globalna želja: Članak, Dnevni list, Politika, Beograd, 25.11.2009.
- [13] xxxxx: Statistički izvještaji zavoda za statistiku RS i FBiH te Agencije za statistiku BIH
- [14] xxxxx: Okvirni zakon o visokom obrazovanju u BiH; Službeni list BiH, avgust, 2007.
- [15] www.hei.org.ba
- [16] www.coe.org
- [17] www.webometrics.info/rank