

	Analizirana poglavlja Šapićeve disertacije	Broj redova u radu	Izvor preuzimanja	Broj preuzetih redova	Napomena	∑ - redova	% preuz. redova
2. poglavlje - IDENTIFIKACIJA POTROŠAČA - od 62 do 80 strane (19 strana)						517	20,70%
						107	
1.	62 strana	31					
2.	63 strana	25					
3.	64 strana	24					
4.	65 strana	30	21 priča o domokratiji - grupa autora, Izdavač Centar za građansko obrazovanje; Urednik izdanja Daliborka Uljarević Podgorica, 2005	10	Preuzete rečenice su 4, 5, 6, 19, 20, 21, 22, 23, 24 i 25 redu. Rečenica u 4, 6, 19,20, 21, 22, 23, 24 i 25 redu je delimično preformulisana.		
5.	66 strana	22	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić Visoka škola modernog biznisa, Beograd	1	Preuzeta rečenica se nalazi u 9 i 10 redu.		
6.	67 strana	38	Metodologija Istrazivanja i Stasisitka - Skripta VI deo, 2.1. Izbor uzorka istraživanja	2	Preuzeta i delimično izmenjena rečenica se nalazi u 30 i 31 redu		
7.	68 strana 2.4.1. IZVORI INFORMACIJA	38	„INFORMATIKA – Informacione tehnologije“ autora M. Milosavljevića, M. Veinovića i G. Grubora, Univerzitet Singidunum, Beograd 2013 (IX izdanje).	5	Tekst uvodnog pasusa je preuzet i delimično izmenjen.		
	2.4.1.1. SEKUNDARNI PODATCI	13	Gocina ekonomija – portal Marketing, preduzetništvo, biro i osnovi ekonomije.	4	Naziv poglavlja i uvodna rečenica preuzet sa portala .		

					U Šapićevom radu je 68 strana duplirana tj. dve strane imaju istu oznaku.		
8.	69 strana	25					
9.	70 strana	36					
10.	71 strana 2.4.1.5. INTERNET KAO IZVOR PODATAKA Podnaslov <i>Elektronska pošta</i>	36	Link University Beograd članaka o Autorskim pravima rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru Knjiga „INFORMATIKA – Informacione tehnologije“ autora M. Milosavljevića, M. Veinovića i G. Grubora, Univerzitet Singidunum, Beograd 2013.	7 6	Ceo pasus prezet u originalu. Poslenji pasus u dnu ove strane prezet je sa 2 strane iz Uvoda rada. Podnaslov je u prezet iz knjige, sa 273 strane u kojoj je označen kao 8.8.1. a prve dve rečenice su minimalno izmenjene.		
11.	72 strana	34	Rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	4	Preuzimanje se nastavlja minimalno izmenjenom rečenicom koja se nalazi u dnu 2 strane originalnog rada.		

12.	73 strana	39	Rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	39	Preuzeta kompletna 2 strana rada do pred sam kraj 73 str. Poslenja rečenica na ovoj strani je minimalno izmenjena prva rečenica 3.poglavlja ovog rada.		
13.	74 strana	23	Rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	23	Sve je preuzeto iz 3.poglavlja ovog rada s tim što su kod Šapića <i>Italikom</i> ispisani podnaslovi a u originalnom radu definisani su kao a), b), c) i dr. Iz tih pasusa pruzete su prve rečenice u potpunosti, pa tako kod pasusa a) Neodgovarajućih uzoraka sa 3 str. preuzetog rada i c) Verifikacije podataka - 4 str. preuzetog rada, dok je kod pasusa pod b) Usaglašenost - došlo do manje izmene originalne rečenice sa 4 str. preuzetog rada.		
14.	75 strana	12					
15.	76 strana	24					
16.	77 strana	2					
17.	78 strana	18					
18.	79 strana	35					
19.	80 strana	12	Rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo	6	Preuzet pasus Protokoli za prenos fajlova (FTP) na 5 strani.		

			Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru				
3. poglavlje - DIFERENCIJACIJA POTROŠAČA - od 80 do 95 strane (16 strana)						436	87,38%
						381	
20.	80 strana 3.1. DIFERENCIRANJE NA OSNOVU VREDNOSTI POTROŠAČA	21	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd Rad “MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA” Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	12 4	Poslednja dva pasusa do narednog poglavlja preuzeti iz rada sa 129 strane. Naziv poglavlja i dva pasusa preuzeti iz rada sa 117 i 118 strane. U izvornom radu ovo poglavlje označeno kao 2.		
21.	81 strana 3.1.1. VREDNOST POTROŠAČA U ŽIVOTNOM VEKU	8 32	Rad “MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA” Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	8 31	Pasus u celosti preuzet sa 118 strane rada. Cela strana preuzeta sa 118 i 119 strane rada, a jedina razlika je u naslovu – u izvoru oznaka 3. CLV, a kod Šapića 3.1.1. Vrednost potrošača u životnom veku.		

22.	82 strana	35	Rad "MOGUĆNOSTI I PRAVCI PRIMJENE INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U PROCESU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA" Senada Bušatlića i Semsudina Plojovića sa Fakulteta za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“ Beograd i Fakulteta za biznis i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Novom Pazaru	21	Preuzet nastavak pasusa sa 119 strane, kao i prva dva sa 120 strane u celosti.		
23.	83 strana	17					
24.	84 strana	2					
25.	85 strana	2					
26.	86 strana 3.1.2. KATEGORIZACIJA POTROŠAČA PREMA NJIHOVOJ VREDNOSTI	16	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	13	Preuzet naziv poglavlja 3.1.2. kao i prva dva pasusa sa 121 i 122 strane. Poglavlje u izvoru nosi oznaku 3.2. Kategorizacija potrošača prema CLV modelu, a u Šapićevom radu 3.1.2. i promenjene su zadnje 2 reči naslova.		
27.	87 strana	37	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	37	Preuzeta cela strana iz rada sa 122 i 123 strane.		
28.	88 strana 3.2.DIFERENCIRANJE POTROŠAČA PREMA NJIHOVIM POTREBAMA 3.2.1. DEFINISANJE POTREBA	34	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	33	Preuzeta cela strana iz rada sa 123 i 124 strane. Poglavlje Šapićevog rada 3.2. u izvoru nosi oznaku 4. i nalazi se na 123 strani. U izvoru nema naziva poglavlja 3.2.1. DEFINISANJE POTREBA – to je jedina razlika, jer je naziv ubačen.		
29.	89 strana	37	VREDNOST POTROŠAČA U	35	Preuzeta cela strana iz rada sa 124 i 125		

	3.2.2. DIFERENCIRANJE POTROŠAČA NA OSNOVU NJIHOVIH POTREBA 3.2.3. GRUPISANJE POTROŠAČA PREMA NJIHOVIM POTREBAMA		FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd		strane. U izvoru nema naziva poglavlja 3.2.2. DIFERENCIRANJE POTROŠAČA NA OSNOVU NJIHOVIH POTREBA i 3.2.3. GRUPISANJE POTROŠAČA PREMA NJIHOVIM POTREBAMA – to je jedina razlika. Nazivi poglavlja su umetnuti.		
30.	90 strana 3.3. OSTALI VIDOVI DIFERENCIRANJA	39	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	31	Preuzeta je gotovo cela strana iz rada sa 125 i 126 strane osim jednog pasusa koji je odmah iza naslova poglavlja 3.3. OSTALI VIDOVI DIFERENCIRANJA – 8 redova nije preuzeto		
31.	91 strana 3.3.1. DATUM POSLEDNJE KUPOVINE, UČESTALOST, NOVČANI IZNOS SVAKE POJEDINAČNE KUPOVINE (RFM METOD)	30	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	30	Preuzeta je cela strana iz rada sa 126 i 127 strane. Poglavlje 3.3.1. DATUM POSLEDNJE KUPOVINE, UČESTALOST, NOVČANI IZNOS SVAKE POJEDINAČNE KUPOVINE (RFM METOD), se u izvornom radu definiše kao 5.poglavlje RFM METODE na strani 126 i to je jedina razlika. Sve dalje je preuzeto iz rada osim poslednjeg pasusa sa 127 strane.		
32.	92 strana 3.4. KLASTERIZACIJA U FUNKCIJI DIFERENCIRANJA POTROŠAČA 3.4.1. MREŽNO POVEZIVANJE KAO PRETPOSTAVKA KLASTERIZACIJE	30	VREDNOST POTROŠAČA U FUNKCIJI OSTVARIVANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI Dr Goran Dašić, Visoka škola modernog biznisa, Beograd	30	U izvornom radu označeno je kao 2. poglavlje, a u Šapićevom radu kao 3.4. Celo poglavlje, tj.strana preuzeta je iz rada uz izmenjen naziv. U radu je naslovljeno kao „Klasterizacija privrede kao globalizacijski trend“ i nalazi se na 166 i 167 strani rada. Preuzimanje se nastavlja sa poglavljem označenim 3.4.1. kod Šapića, a u izvornom radu kao br. 3. Mrežno povezivanje kao pretpostavka		

					klasterizacije. Nema oznake citata za razliku od rada iz kog je tekst preuzet. Pogrešna definicija citata na ovoj strani.		
33.	93 strana	35	KLASTERIZACIJA KAO KOMPONENTA GLOBALNE KONKURENCIJE Mimo Drašković, Fakultet za pomorstvo u Kotoru	35	Cela strana preuzeta je sa 167 strane rada. Pri preuzimanju teksta iz izvornog rada na strani 168, prezet je i citat, ali je u fusnoti definisan potpuno drugi, netačan izvor. Slika iz izvornog rada nije preuzeta.		
34.	94 strana 3.4.2.GLOBALIZACIJA I KLASTERIZACIJA	22	KLASTERIZACIJA KAO KOMPONENTA GLOBALNE KONKURENCIJE Mimo Drašković, Fakultet za pomorstvo u Kotoru	22	Pasusi u potpunosti preuzeti iz rada sa 168, 169 i 170 strane. 4.poglavlje izvornog rada - Virtualizacija i klasterizacija, je preskočeno, ali je već sledeće 5. poglavlje naziva - Globalizacija i klasterizacija, preuzeto i njime je nastavljen Šapićev rad oznake 3.4.2. sa 170 strane.		
35.	95 strana	29	KLASTERIZACIJA KAO KOMPONENTA GLOBALNE KONKURENCIJE Mimo Drašković, Fakultet za pomorstvo u Kotoru	29	Cela strana preuzeta iz rada sa kraja 170 i prve polovine 171 strane. Oznake citata nema u izvornom tekstu.		
		10	Veselin Drašković - MANIFESTACIJE EKONOMSKE	10	Tabela 10. preuzeta je sa 270 strane. U izvornom radu definisana je kao		

			GLOBALIZACIJE "EKONOMIJA / ECONOMICS", 14 (1) str. 257-274 (2007) www.rifin.com.		"Multinacionalna i globalna strategija" (prema: A. Thompson & J. Formby 1993, p. 448) na 171 str., a u Šapićevom radu razlikuje se izvor iz kog je preuzeta tabela i prema njemu to je: John, E., Managing Technological Innovation, New York, Wiley, 2000. Detaljnom pretragom utvrđeno je ta tabela nije preuzeta iz potpisanog izvora, već iz rada Veselina Draškovića sa 270 strane.		
4. poglavlje - PONAŠANJE INDIVIDUALNIH POTROŠAČA I ORGANIZACIJA KAO KUPCA - od 96 do 120 strane (25 strana)						783	100%
					783		
36.	96 strana 4.PONAŠANJE INDIVIDUALNIH POTROŠAČA I ORGANIZACIJA KAO KUPACA 4.1.RAZLIKE IZMEĐU INDIVIDUALNIH POTROŠAČA I ORGANIZACIJA KAO KUPACA	33	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	33	Ovo poglavlje Šapićevog disertacije preuzeto je iz 3. poglavlje knjige "PONAŠANJE INDIVIDUALNIH POTROŠAČA I ORGANIZACIJA U ULOZI KUPCA" i nosi isti naziv, koji je u knjizi na 94 strani. Ciljevi i ključni pojmovi koji definišu poglavlje nisu preuzeti, ali sam tekst jeste. Preuzimanje se nastavlja do podnaslova "Razlike između individualnih potrošača i organizacija kao kupaca" na strana 95 knjige, koji je takođe preuzet kao i tekst u nastavku sa 96 strane.		
37.	97 strana 4.2.PONAŠANJE INDIVIDUALNIH POTROŠAČA KAO KUPACA	36	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	36	Cela strana je preuzeta sa nekoliko strana knjige. Sa 96 strane knjige preuzeta su prva dva pasusa kod Šapića, sa 97 strane knjige preuzeta su naredna dva pasusa. Nije preuzet pasus, preskočen je sa 97 strane knjige podnaslova "Kupovina/prodaja od strane organizacije može biti riskantnija".		

					Preuzimanje knjige nastavlja se preuzimanjem naziva i prva dva pasusa podpoglavlja 3.2. koje se u knjizi nalazi na 98 strani a kod Šapića je definisano kao 4.2. na ovoj strani.		
38.	98 strana	37	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	37	Preuzet pasus knjige sa podnaslovom sa 99 strane, kao i dva pasusa sa 100 strane.		
39.	99 strana	24	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	24	Preuzimanje počinje slikom gde je jedina razlika u označavanju iste. U knjizi je definisana kao 3.1. a u radu kao 9. Strana se nastavlja preuzimanjem pasusa sa 101 strane i dva pasusa sa 102 strane knjige.		
40.	100 strana	29	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	29	Četiri pasusa sa 102 strane, dva sa 103 (cela strana), slika označena kao 10. u knjizi je označena kao 3.2. i jedan pasus sa 104 strane knjige.		
41.	101 strana 4.3. FAKTORI KOJI UTIČU NA DONOŠENJE ODLUKA KOD INDIVIDUALNIH POTROŠAČA KAO KUPACA	38	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	38	Strana počinje nastavkom preuzimanja pasusa sa 104 strane knjige + još dva. Sledi pauza do 106 strane knjige i poglavlja 3.3. koje je u Šapićevom radu označeno kao 4.3.		
42.	102 strana	34	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	34	Cela strana je preuzeta sa 107 i 108 strane knjige.		
43.	103 strana	32	Knjiga "Prodaja i upravljanje	32	Preuzeta je cela strana sa 109 i 110 strane		

			prodajom”, Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine		knjige, kao i prateća slika. Sitna razlika se pojavljuje u definisanju slike - u knjizi označena kao Prikaz 3.3. na 108 strani, a u Šapićevom radu kao Slika 11. Takođe, na istoj strani rada označen je samo jedan citat od moguća 2. Autor Ackoff, R.L., Emsott, J.R., “Advertising at Anheuser – Busch, Inc”, Sloan Management Review, 1975, str. 1-15, iako je spomenut u izvornoj literaturi u Šapićevom radu nije.		
44.	104 strana	17	Knjiga “Prodaja i upravljanje prodajom”, Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	17	Cela strana preuzeta u vidu četiri pasusa sa 111 strane knjige i Slike br.12, u knjizi definisane kao 3.4. na 110 strani.		
45.	105 strana	38	Knjiga “Prodaja i upravljanje prodajom”, Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	38	Cela strana preuzeta u vidu pet pasusa sa 112 strane i tri pasusa sa 113 strane knjige.		
46.	106 strana 4.4. PONAŠANJE ORGANIZACIJA U ULOZI KUPCA 4.4.1. STRUKTURA	32	Knjiga “Prodaja i upravljanje prodajom”, Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	32	Strana je preuzeta iz knjige i počinje nastavkom pasusa sa 113 strane. Prekid u preuzimanju knjige kod pasusa Stil života. Preuzimanje se nastavlja od strane 117 i poglavlja 3.4. Ponašanje organizacija u ulozi kupca, a u Šapićevom radu je to poglavlje definisano kao 4.4. Naslov u knjizi je u Šapićevom radu definisan kao pod poglavlje 4.4.1. i nalazi se stranicama 118 i 119 knjige.		

47.	107 strana M.2.PROCEDURA	36	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	36	Cela strana preuzeta iz knjige sa 119 i 120 strane. M.2.PROCEDURA je poglavlje koje je verovatno trebalo da nosi oznaku 4.4.2., a u knjizi je na 120 strani definisano kao naslov.		
48.	108 strana	21	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	21	Preuzimanje se nastavlja sa 120 strane. Nakon toga sledi preuzimanje teksta i slike 13. sa 121 strane, koja je u knjizi označena kao 3.5. Strana se završava preuzimanjem dva pasusa sa 122 strane knjige.		
49.	109 strana 4.4.3.SADRŽAJ	35	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	35	Cela strana je preuzeta iz knjige od 122 do 124 strane, a pod poglavlje u knjizi je označeno kao naslov na 123 strani.		
50.	110 strana	30 11	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	30 11	Cela strana je preuzeta iz knjige nastavljenim prepisom od 124 do 125 strane, uključujući i tabelu br.11, označenu u knjizi kao 3.2. Tabela		
51.	111 strana	41	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	41	Preuzete stranice 125, 126 i 127 knjige.		
52.	112 strana 4.5. FAKTORI KOJI UTIČU NA PONAŠANJE ORGANIZACIJE KAO KUPCA	15	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	15	Preuzimanje u kontinuitetu sa 127 i 128 strana knjige. Poglavlje 4.5. u Šapićevom radu u celosti je preuzeto iz knjige sa 127 strani gde je označeno kao 3.5. FAKTORI KOJI UTIČU		

	4.5.1.KUPOVNE KLASE				NA PONAŠANJE ORGANIZACIJE KAO KUPCA, a podnaslov sa 128 strane - Kupovne klase, u Šapićevom radu definisan je oznakom 4.5.1.		
53.	113 strana	19	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	19	Preuzimanje počinje slikom gde je jedina razlika u označavanju iste. U knjizi je definisana kao 3.6. na 128 strani, a u radu kao 14. Strana se nastavlja preuzimanjem pasusa sa 129 strane knjige.		
54.	114 strana	37	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	37	Preuzimanje se u kontinuitetu, sa 129, 130 i 131 stranica knjige.		
55.	115 strana 4.5.2.TIP PROIZVODA	35	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	35	Preuzimanje sa 131 i 132 strane knjige. Podpoglavlje 4.5.2. u Šapićevom radu u celosti je preuzeto iz knjige sa 131 strane gde je označeno samo kao podnaslov.		
56.	116 strana 4.5.3. ZNAČAJ KUPOVINE ZA ORGANIZACIJU KAO KUPCA 4.6. RAZVOJNI PRAVCI U POSTUPKU KUPOVINE 4.6.1.KUPOVINA "TAČNO NA VREME"	38	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	38	Preuzimanje se nastavlja u kontinuitetu, sa 132, 133 i 134 strana knjige. Poglavlje 4.5.3. u Šapićevom radu u celosti je preuzeto iz knjige sa 133 strane gde je istaknuto samo naslovom, dok je poglavlje 3.6. iz knjige - RAZVOJNI PRAVCI U POSTUPKU KUPOVINE, definisano kao 4.6. Takođe, 4.6.1. u Šapićevom radu, u knjizi nosi oznaku 1.KUPOVINA „TAČNO NA VREME“ na 134 strani.		
57.	117 strana 4.6.2.CENTRALIZOVANA	38	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i	38	Cela strana preuzeta sa 134 i 135 strane. Patus oznake 4.6.2. u knjizi je označen		

	KUPOVINA		Džefa Lankastera, Clio 2006.godine		kao 2. I nalazi se na 135 strani knjige.		
58.	118 strana 4.6.3.REVERZNI (OBRATNI) MARKETING	32	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	32	Cela strana preuzeta sa 135, 136 i 137 strane knjige. Pasus oznake 4.6.3. u knjizi je označen kao 3. na 136 strani.		
59.	119 strana	36	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	36	Cela strana preuzeta iz knjige. Počinje preuzimanjem nastavka pasusa sa 137 strane. Nakon toga sledi preuzimanje slike 15. sa iste strane, koja je u knjizi označena kao 3.7. Nastavlja dalje preuzimanjem teksta sa 138 strane.		
60.	120 strana	9	Knjiga "Prodaja i upravljanje prodajom", Dejvida Džobera i Džefa Lankastera, Clio 2006.godine	9	Preuzimanje u kontinuitetu, sa 138 strane knjige.		
						1736	73,21%
						1271	

Obrađena poglavlja Šapićeve disertacije **2 + 3 + 4** obuhvataju **60 strana**, sa ukupno 1736 reda, što je u proseku oko 29 redova po strani ako se uzima aritmetička sredina, ali s obzirom da dosta strana ima ilustracije u vidu tabela i slika, dolazi se do zaključka da prosečna strana ima oko 33-36 redova (u zavisnosti sadrži li naslove i nazive poglavlja).

Od ukupnog broja redova 1736, čak 1271 red je preuzet u originalu i to je **73,21%**.

	Ukupan broj redova	Broj preuzetih redova	Broj preuzetih redova u %
II poglavlje	517	107	20,70%

III poglavlje	436	381	87,38%
IV poglavlje	783	783	100%
Σ	1736	1271	73,21%

