

Ime i prezime nastavnika	Naziv kolegija Naslov teme
doc. dr. sc. Matej Galić, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Ekonomika trgovine 1. Utjecaj digitalne transformacije na maloprodajne strategije 2. Analiza cjenovne elastičnosti potražnje u sektoru trgovine 3. Uloga trgovačkih marki u konkurentskoj prednosti maloprodajnih lanaca 4. E-trgovina i tradicionalna maloprodaja: trendovi i izazovi 5. Optimizacija opskrbnog lanca u suvremenom trgovinskom okruženju
Ivan Kunac, mag. educ. phys. et inf., pred.	Poslovna informatika 1. Uloga informacijskih tehnologija u strateškom upravljanju poslovanjem: Prednosti i izazovi 2. Poslovanje u oblaku - usporedba s tradicionalnim poslovanjem 3. Optimizacija troškova korištenjem IKT-a 4. Primjena informacijskih sustava u malim i srednjim poduzećima – studija slučaja 5. CRM sustavi u poslovanju
Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.	Međunarodno trgovinsko poslovanje 1. Utjecaj globalnih trgovinskih sporazuma na razvoj međunarodne trgovine 2. Sigurnost digitalne trgovine u međunarodnoj razmjeni informacija, vrijednosti i dobara 3. Strategije i modeli ulaska poduzeća na inozemna tržišta 4. Uloga banaka i drugih financijskih institucija u podršci međunarodnim trgovinskim transakcijama 5. Utjecaj kulturnih razlika na komunikaciju i pregovaranje u međunarodnoj trgovini
Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.	Gospodarstvo Hrvatske 1. Vinski turizam Slavonije i Baranje kao pokretač regionalnog gospodarskog razvoja 2. Energetska tranzicija u Hrvatskoj i njezin utjecaj na gospodarski razvoj 3. Gospodarske posljedice ulaska Hrvatske u Schengen i uvođenja eura 4. Značaj malih i srednjih poduzeća za konkurentnost i razvoj hrvatskog gospodarstva 5. Utjecaj demografskih promjena na tržište rada i gospodarski potencijal Hrvatske

Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.	Poslovna logistika 1. Digitalna transformacija opskrbnog lanca i njezin utjecaj na logističke procese 2. Razvoj logističkih kapaciteta Istočne Hrvatske kao regionalnog logističkog čvorišta 3. Učinkovitost transporta i distribucije robe u Istočnoj Hrvatskoj (cestovni, željeznički i riječni pravci) 4. Uloga logistike u unapređenju poslovnih procesa i konkurentnosti poduzeća 5. Uloga Istočne Hrvatske u logističkom sustavu Republike Hrvatske (položaj, koridori, potencijali)
mr. sc. Darija Ivanković, v. pred.	Poduzetništvo 1. Izvori financiranja poduzetničkog pothvata 2. Uloga poduzetničke infrastrukture u razvoju poduzetništva u Republici Hrvatskoj 3. Socijalno poduzetništvo kao oblik poduzetničkog djelovanja 4. Obiteljsko poduzetništvo – obilježja i izazovi 5. Pokretanje poduzetničkog pothvata na primjeru odabranog poduzeća
mr. sc. Darija Ivanković, v. pred.	Poslovno komuniciranje 1. Izazovi digitalne komunikacije u suvremenom poslovanju 2. Kulturalni aspekti poslovne komunikacije 3. Uloga komunikacije u upravljanju organizacijskim promjenama 4. Verbalna i neverbalna komunikacija u poslovnom okruženju 5. Pisana poslovna komunikacija na primjeru odabranog poduzeća
Katarina Kulić, dipl. oec., pred.	Ekonomika poduzeća 1. Utjecaj društvenih mreža na izgradnju brenda poduzeća u trgovini 2. Analiza troškova i koristi uvođenja fleksibilnog radnog vremena 3. Utjecaj e-trgovine na tradicionalne maloprodajne trgovine 4. Ekonomika zaliha: kako loše upravljanje zalihama smanjuje profit poduzeća 5. Utjecaj digitalizacije na smanjenje troškova poslovanja poduzeća

Katarina Kulić, dipl. oec., pred.	E- marketing 1. Psihološki čimbenici učinkovitosti online oglasa u digitalnom marketingu: analiza odluke o kliku 2. Efekt hitnosti u e-marketingu: zašto „još samo danas“ tako dobro radi 3. Utjecaj digitalnih poticaja (nagrade, bodovi i kuponi) na ponašanje potrošača u online okruženju 4. Utjecaj online recenzija na donošenje odluka potrošača u digitalnom marketingu 5. Povezanost korištenja digitalnih medija i impulzivne kupnje u online okruženju
dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.	Komuniciranje s tržištem 1. Uloga digitalnog marketinga u jačanju brenda malih poduzeća u Hrvatskoj 2. Analiza učinkovitosti gerilskog marketinga na primjeru domaćih kampanja 3. Utjecaj influencera na donošenje odluka o kupnji kod mladih potrošača 4. Komunikacijske strategije poduzeća tijekom kriznih situacija 5. Integrirana marketinška komunikacija na primjeru poduzeća „X“
dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.	Ponašanje potrošača 1. Psihološki čimbenici koji utječu na odluku o kupnji: slučaj hrvatskih potrošača 2. Utjecaj društvenih mreža na potrošačke navike generacije Z 3. Bojkot potrošača 4. Utjecaj društvenih mreža na donošenje kupovnih odluka potrošača 5. Potrošačke navike u kontekstu održive potrošnje u Hrvatskoj
dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.	Društveno odgovorno poslovanje 1. Primjena CSR strategija u hrvatskim tvrtkama: analiza izabranih primjera 2. Utjecaj društveno odgovornog poslovanja na imidž brenda 3. Uloga potrošača u poticanju društveno odgovornog ponašanja poduzeća 4. CSR i mladi potrošači: percepcija i očekivanja 5. Integracija održivosti u strategije poslovanja malih i srednjih poduzeća
dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.	Organizacija poduzeća 1. Organizacija rada u malim i srednjim poduzećima 2. Promjene u organizaciji rada u suvremenim poduzećima 3. Uloga organizacijske kulture u uspješnosti poduzeća 4. Motivacija zaposlenika kao element uspješne organizacije 5. Utjecaj umjetne inteligencije na organizacijske procese

doc. dr. sc. Milan Puvača, v. pred.	Informacijsko-komunikacijske tehnologije u poslovanju 1. ICT kao pokretač globalizacije trgovine 2. Reinženjering e-poslovanja 3. Upravljanje podacima u informacijskim sustavima 4. Logistika i distribucijski sustavi u EU 5. Pametni informacijski sustavi u e-poslovanju
--	---

dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.	Marketing 1. Etički aspekti viralnog marketinga na društvenim mrežama 2. Uloga neuromarketinga u razumijevanju ponašanja potrošača 3. Važnost brenda u suvremenom marketingu 4. Značaj korisničkog iskustva u suvremenom marketingu 5. Marketing komunikacija u suvremenom poslovanju
doc. dr. sc. Slobodan Stojanović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Računovodstvo 1. Sastavljanje godišnjih financijskih izvještaja na primjeru poduzeća XYZ 2. Računovodstveno praćenje troškova amortizacije na primjeru poduzeća XYZ 3. Primjena HSFI-a na primjeru malog poduzeća XYZ 4. Godišnji popis imovine i obveza (inventura) poduzetnika 5. Računovodstveni tretman ulaganja u financijsku imovinu
doc. dr. sc. Slobodan Stojanović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Poslovne financije 1. Javna ponuda dionica (IPO) na primjeru poduzeća XYZ 2. Izvori financiranja poduzeća na primjeru poduzeća XYZ 3. Uloga i značaj faktoringa u financiranju poslovanja poduzeća 4. Upravljanje novčanim ciklusom na primjeru poduzeća XYZ 5. Operativna i financijska poluga na primjeru poduzeća XYZ
doc. dr. sc. Slobodan Stojanović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Računovodstvo trgovinskih poduzeća 1. Računovodstveni tretman specifičnih poslovnih događaja u poduzeću XYZ 2. Računovodstveno priznavanje i mjerenje zaliha trgovačke robe 3. Računovodstveno praćenje manjkova i viškova trgovačke robe u trgovini 4. Robno knjigovodstvo u maloprodaji 5. Kalkulacija cijena u trgovini

doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Menadžment u trgovini 1. Stilovi vođenja i njihov utjecaj na motivaciju zaposlenika 2. Upravljanje ljudskim resursima u maloprodaji 3. Donošenje strateških odluka u uvjetima visoke tržišne konkurencije 4. Uloga menadžmenta kvalitete u povećanju zadovoljstva kupaca 5. Upravljanje promjenama u trgovinskim poduzećima
doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Logistika u trgovini 1. Optimizacija logističkih procesa u maloprodajnim lancima 2. Utjecaj upravljanja zalihama na profitabilnost trgovine 3. Digitalizacija logistike i njezin značaj za trgovinu 4. Uloga distribucijskih centara u opskrbnom lancu trgovine 5. Održiva logistika kao konkurentska prednost u trgovini
doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Marketing u trgovini 1. Utjecaj digitalnog marketinga na ponašanje potrošača u maloprodaji 2. Utjecaj cijene na odluku o kupnji u trgovačkim lancima 3. Personalizacija ponude kao alat povećanja lojalnosti kupaca 4. Utjecaj promotivnih aktivnosti na prodajne rezultate u trgovini 5. Korištenje društvenih mreža u marketinškim strategijama trgovačkih poduzeća
prof. dr. sc. Drago Šubarić	Poznavanje prehrambene robe 1. Mlinski proizvodi kao trgovačka roba 2. Proizvodi od rajčice kao trgovačka roba 3. Sušeno voće i povrće kao trgovačka roba 4. Zamrznuto voće i povrće kao trgovačka roba 5. Sterilizirano voće i povrće kao trgovačka roba
doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Nabavno poslovanje 1. Strategije nabave u maloprodaji; tradicionalne vs. digitalne metode 2. Izbor i procjena dobavljača u međunarodnoj nabavi 3. Uloga zelenih nabava u održivom poslovanju 4. Digitalni alati u nabavnom poslovanju na primjeru poduzeća 5. Nabavno poslovanje u poduzeću X
doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Prodajno poslovanje 1. Utjecaj dizajna prodajnog prostora na ponašanje potrošača 2. Uloga e-prodaje na povećanje konkurentnosti poduzeća – studija slučaja 3. Prodajno poslovanje na primjeru poduzeća 4. Unaprjeđenje prodaje

	5. Motivacija prodajnog osoblja kao čimbenik uspješnosti prodaje
doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Gospodarski sustav Europske unije 1. Ekonomski učinci Zelenog plana EU 2. Greenwashing u EU 3. Politike EU za razvoj ruralnog turizma – studije slučaja 4. Cirkularna ekonomija u Nizozemskoj 5. Financiranje projekata putem fondova – studije slučaja
doc. dr. sc. Sanja Gongeta, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Trgovačko pravo 1. Pravni aspekti održivosti u trgovačkim društvima: obveze izvješćivanja o društveno odgovornom poslovanju 2. Posebni trgovački ugovori u digitalnom dobu: pravni izazovi ugovora o pružanju usluga putem platformi 3. Novi oblici trgovačkih društava kao odgovor na regulatorno natjecanje država članica Europske unije 4. Pravni instituti preddruštva, podružnice i predstavništva: Funkcije, razlike i implikacije na međunarodno poslovanje 5. Odgovornost i obveze ugovornih strana u trgovačkim ugovorima u kontekstu globalizacije
Domagoj Rožac, mag. iur., pred.	Transportno pravo u Europskoj uniji 1. Špedicija sa posebnim osvrtom na nadovezujuće pravne poslove u djelatnosti transporta 2. Odgovornost prijevoznika za štetu putnika 3. Promet kao bitna karika međunarodne trgovine 4. Sloboda pružanja usluga cestovnog prijevoza u Europskoj uniji 5. Ugovor o franšizi kroz njegove bitne sastojke vezano uz transportnog pravo
doc. dr. sc. Matej Galić, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda: 1. Utjecaj kratkih lanaca opskrbe na konkurentnost lokalnih poljoprivrednih proizvoda 2. Analiza distribucijskih kanala ekoloških prehrambenih proizvoda u Hrvatskoj 3. Tržišne strategije proizvođača voća i povrća u kontekstu globalizacije 4. Digitalizacija i e-trgovina u distribuciji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda 5. Uloga otkupnih centara u lancu vrijednosti poljoprivrednih proizvoda
doc. dr. sc. Matej Galić, prof. struč. stud. u trajnom izboru	Projektni menadžment: 1. Primjena agilnih metodologija u vođenju projekata: prednosti i izazovi 2. Upravljanje rizicima u projektima: analiza metoda i alata 3. Uloga komunikacije u uspješnom vođenju projekata

	4. Evaluacija projektne učinkovitosti: ključni pokazatelji uspjehnosti (KPI) 5. Upravljanje promjenama u projektnom menadžmentu: strategije i primjeri iz prakse
--	--