

Popis odobrenih tema i mentora u akademskoj godini 2025./2026. na stručnom prijediplomskom studiju Trgovine							
Redni broj	Broj Zajtjeva	Mat. br. Studenta	Napomena	Kolegij	Predloženi naziv teme	Predloženi naziv teme (engleski)	Mentor
1.	7 / 2026	123004	ODOBRENO	POSLOVNA INFORMATIKA	DIGITALIZACIJA CARINSKIH POSTUPAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ	DIGITALIZATION OF CUSTOMS PROCEDURES IN THE REPUBLIC OF CROATIA	Ivan Kunac, mag. educ. phys. et. inf., pred.
2.	10 / 2026	123051	ODOBRENO	PRODAJNO POSLOVANJE	TRŽIŠTE PRODAJE PODOUZEĆA FRUEHWALD d. o. o.	SALES MARKET OF THE COMPANY FRUEHWALD Ltd.	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
3.	11 / 2026	123046	ODOBRENO	NABAVNO POSLOVANJE	OUTSOURCING NABAVE - STUDIJE SLUČAJA	PROCUREMENT OUTSOURCING - CASE STUDIES	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
4.	16 / 2026	123012	ODOBRENO	PRODAJNO POSLOVANJE	ULOGA E-PRODAJE NA POVEĆANJE KONKURENTNOSTI PODOUZEĆA - HERMINA USLUGE D.O.O.	THE ROLE OF E-SALES IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY - HERMINA USLUGE D.O.O.	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
5.	17 / 2026	123011	ODOBRENO	PRODAJNO POSLOVANJE	UTJECAJ DIZAJNA PRODAJNOG PROSTORA NA PONAŠANJE POTROŠAČA	THE INFLUENCE OF RETAIL SPACE DESIGN ON CONSUMER BEHAVIOR	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
6.	24 / 2026	123021	ODOBRENO	MARKETING	ULOGA NEUROMARKETINGA U RAZUMIJEVANJU PONAŠANJA POTROŠAČA	THE ROLE OF NEUROMARKETING IN UNDERSTANDING CONSUMER BEHAVIOR	dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.
7.	28 / 2026	123028	ODOBRENO	MARKETING	ETIČKI ASPEKTI VIRALNOG MARKETINGA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	ETHICAL ASPECTS OF VIRAL MARKETING ON SOCIAL NETWORKS	dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.
8.	30 / 2026	123010	ODOBRENO	NABAVNO POSLOVANJE	JUST IN TIME SUSTAV NABAVE - STUDIJE SLUČAJA	JUST IN TIME PROCUREMENT SYSTEM - CASE STUDIES	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
9.	59 / 2026	123001	ODOBRENO	PONAŠANJE POTROŠAČA	BOJKOT POTROŠAČA	CONSUMER BOYCOTT	dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.
10.	60 / 2026	123005	ODOBRENO	PONAŠANJE POTROŠAČA	PSIHOLOŠKI ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA ODLUKU O KUPNJI: SLUČAJ HRVATSKIH POTROŠAČA	PSYCHOLOGICAL FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION: THE CASE OF CROATIAN CONSUMERS	dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.
11.	62 / 2026	123018	ODOBRENO	GOSPODARSKI SUSTAV EUROPSKE UNIJE	CIRKULARNA EKONOMIJA U NIZUZEMSKOJ	CIRCULAR ECONOMY IN THE NETHERLANDS	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud. u trajnom izboru
12.	73 / 2026	123031	ODOBRENO	PODUZETNIŠTVO	ANALIZA POKRETANJA I RAZVOJA PODUZETNIČKOG POTHVATA – STUDIJA SLUČAJA POD	ANALYSIS OF THE ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF AN ENTREPRENEURIAL VENTURE – A CASE STUDY OF AUTOMEHANIKA Ltd.	dr. sc. Darija Ivanković, v. pred.
13.	74 / 2026	123037	ODOBRENO	MENADŽMENT U TRGOVINI	UPRAVLJANJE LJUDSKIM POTENCIJALIMA	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN RETAIL	doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru
14.	76 / 2026	123043	ODOBRENO	EKONOMIKA PODOUZEĆA	UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA IZGRADNJU BRENDA PODOUZEĆA U TRGOVINI	THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON BUILDING CORPORATE BRAND IN THE RETAIL SECTOR	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
15.	77 / 2026	123048	ODOBRENO	E-MARKETING	UTJECAJ DIGITALNIH POTICAJA (NAGRADE, BODOVI I KUPONI) NA PONAŠANJE POTROŠAČA U ONLINE OKRUŽENJU	THE IMPACT OF DIGITAL INCENTIVES (REWARDS, POINTS, AND COUPONS) ON CONSUMER BEHAVIOR IN THE ONLINE ENVIRONMENT	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
16.	79 / 2026	123045	ODOBRENO	PONAŠANJE POTROŠAČA	UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA DONOŠENJE KUPOVNIH ODLUKA POTROŠAČA	THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS	dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.
17.	80 / 2026	123002	ODOBRENO	ORGANIZACIJA PODOUZEĆA	UTJECAJ UMJETNE INTELIGENCIJE NA ORGANIZACIJSKE PROCESSE	THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON ORGANIZATIONAL PROCESSES	dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.
18.	84 / 2026	123056	ODOBRENO	MENADŽMENT U TRGOVINI	STILOVI VOĐENJA I NJIHOV UTJECAJ NA MOTIVACIJU ZAPOSLENIKA	LEADERSHIP STYLES AND THEIR INFLUENCE ON EMPLOYEE MOTIVATION	doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru
19.	85 / 2026	123035	ODOBRENO	PODUZETNIŠTVO	OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO - OBLIJEŽJA I IZAZOVI	FAMILY ENTREPRENEURSHIP - CHARACTERISTICS AND CHALLENGES	dr. sc. Darija Ivanković, v. pred.
20.	86 / 2026	123050	ODOBRENO	GOSPODARSTVO HRVATSKE	INTEGRIRANA TERITORIJALNA ULAGANJA (ITU) KAO MODEL KORIŠTENJA EU FONDOVA ZA URBANI RAZVOJ: SLUČAJ URBANOG PODRUČJA VINKOVCI	INTEGRATED TERRITORIAL INVESTMENTS (ITU) AS A MODEL OF USING EU FUNDS FOR URBAN DEVELOPMENT: THE CASE OF THE VINKOVCI URBAN AREA	Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.
21.	87 / 2026	123049	ODOBRENO	EKONOMIKA PODOUZEĆA	UTJECAJ E-TRGOVINE NA TRADICIONALNE MALOPRODAJNE TRGOVINE	THE IMPACT OF E-COMMERCE ON TRADITIONAL RETAIL STORES	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
22.	88 / 2026	123047	ODOBRENO	GOSPODARSTVO HRVATSKE	VINSKI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE KAO POKRETAČ REGIONALNOG GOSPODARSKOG RAZVOJA	WINE TOURISM IN SLAVONIA AND BARANJA AS A DRIVER OF REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT	Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.
23.	89 / 2026	123044	ODOBRENO	GOSPODARSTVO HRVATSKE	UTJECAJ DEMOGRAFSKIH PROMJENA NA TRŽIŠTE RADA I GOSPODARSKI POTENCIJAL HRVATSKE	THE IMPACT OF DEMOGRAPHIC CHANGES ON THE LABOR MARKET AND ECONOMIC POTENTIAL OF CROATIA	Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.
24.	97 / 2026	123013	ODOBRENO	MARKETING	UČINKOVITOST AKCIJSKIH CIJENA KAO MARKETINŠKI ALAT	THE EFFECTIVENESS OF PROMOTIONAL PRICING AS A MARKETING TOOL	doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru

25.	103 / 2026	123025	ODOBRENO	E-MARKETING	EFEKT HITNOSTI U E-MARKETINGU: ZAŠTO 'JOŠ SAMO DANAS' TAKO DOBRO RADI	THE URGENCY EFFECT IN E-MARKETING: WHY 'ONLY TODAY' WORKS SO WELL	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
26.	104 / 2026	123023	ODOBRENO	E-MARKETING	UTJECAJ ONLINE RECENZIJ NA DONOŠENJE ODLUKA POTROŠAČA U DIGITALNOM MARKETINGU	THE IMPACT OF ONLINE REVIEWS ON CONSUMER DECISION-MAKING IN DIGITAL MARKETING	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
27.	126 / 2026	123003	ODOBRENO	MENADŽMENT U TRGOVINI	UPRAVLJANJE KRIZNIM SITUACIJAMA U MALOPRODAJI	RETAIL CRISIS MANAGEMENT	doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru
28.	130 / 2026	111082	ODOBRENO	EKONOMIKA TRGOVINE	ULOGA TRGOVAČKIH MARKI U KONKURENTSKOJ PREDNOSTI MALOPRODAJNIH LANACA	THE ROLE OF BRANDS IN THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF RETAIL CHAINS	doc. dr. sc. Matej Galić, prof. struč. stud.
29.	132 / 2026	123008	ODOBRENO	PONAŠANJE POTROŠAČA	UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA POTROŠAČKE NAVIKE GENERACIJE X	THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE CONSUMER BEHAVIOR OF GENERATION X	dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.
30.	143 / 2026	123036	ODOBRENO	TRANSPORTNO PRAVO U EUROPSKOJ UNIJI	PROMET KAO BITNA KARIKA MEĐUNARODNE TRGOVINE	TRANSPORT AS A KEY LINK IN INTERNATIONAL T+TRADE	Domagoj Rožac univ. mag.iur., pred
31.	150 / 2026	123030	ODOBRENO	GOSPODARSTVO HRVATSKE	RIBOLOVNI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE KAO POKRETAČ REGIONALNOG GOSPODARSKOG RAZVOJA	FISHING TOURISM OF SLAVONIA AND BARANJA AS A DRIVER OF REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT	Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.
32.	152 / 2026	123013	ODOBRENO	MARKETING U TRGOVINI	UČINKOVITOST AKCIJSKIH CIJENA KAO MARKETINŠKI ALAT	THE EFFECTIVENESS OF PROMOTIONAL PRICING AS A MARKETING TOOL	doc. dr. sc. Mirjana Nedović, prof. struč. stud. u trajnom izboru
33.	154 / 2026	123042	ODOBRENO	MARKETING	ULOGA MARKETINGA U IZGRADNJI GLOBALNOG BRENDA	THE ROLE OF MARKETING IN BUILDING A GLOBAL BRAND	dr. sc. Mira Majstorović, v. pred.
34.	155 / 2026	123015	ODOBRENO	GOSPODARSTVO HRVATSKE	GOSPODARSKE POSLJEDICE ULASKA HRVATSKE U SCHENGEN I UVODENJE EURA	ECONOMIC CONSEQUENCES OF CROATIA'S ACCESSION TO THE SCHENGEN AREA AND THE ADOPTION OF THE EURO	Zvonimir Filipović, Doctor of Economic Sciences, pred.
35.	156 / 2026	123032	ODOBRENO	EKONOMIKA PODUZEĆA	EKONOMIKA ZALIHA: KAKO LOŠE UPRAVLJANJE ZALIHAMA SMANJUJE PROFIT PODUZEĆA	INVENTORY ECONOMICS: HOW POOR INVENTORY MANAGEMENT REDUCES COMPANY PROFITS	Katarina Kulić, dipl. oec., pred.
36.	161 / 2026	123052	ODOBRENO	PODUZETNIŠTVO	IZVORI FINANCIRANJA PODUZETNIČKOG POTHVATA	FINANCING SOURCES FOR AN ENTREPRENEURIAL VENTURE	dr. sc. Darija Ivanković, v. pred.
37.	165 / 2026	123006	ODOBRENO	EKONOMIKA TRGOVINE	EKONOMSKI UČINAK IT SIGURNOSTI U MALIM I SREDNJIM PODUZEĆIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	ECONOMIC IMPACT OF IT SECURITY IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF CROATIA	doc. dr. sc. Matej Galić, prof. struč. stud.
38.	167 / 2026	124044	ODOBRENO	PONAŠANJE POTROŠAČA	POTROŠAČKE NAVIKE U KONTEKSTU ODRŽIVE POTROŠNJE U HRVATSKOJ	CONSUMER HABITS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE CONSUMPTION IN CROATIA	dr. sc. Željka Borzan, prof. struč. stud.
39.	170 / 2026	123054	ODOBRENO	POSLOVNO KOMUNICIRANJE	ULOGA VERBALNE I NEVERBALNE KOMUNIKACIJE U SUVREMENOM POSLOVNOM OKRUŽENJU	THE ROLE OF VERBAL AND NONVERBAL COMMUNICATION IN CONTEMPORARY BUSINESS ENVIRONMENTS	dr. sc. Darija Ivanković, v. pred.
40.	171 / 2026	123034	ODOBRENO	INFORMACIJSKE KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U POSLOVANJU	DIGITALIZACIJA JAVNIH USLUGA U GRADU VUKOVARU	DIGITALIZATION OF PUBLIC SERVICES IN THE CITY OF VUKOVAR	doc. dr. sc. Milan Puvača, v. pred.