

Red. br.	Kolegij	Novi ili stari studijski program	Naslov (hrvatski)	Naslov (engleski)	Opis	Nositelj(i)			Povjerenstvo za obranu
						Titula	Prezime	Ime	
1	Akadska gramatika i sintaksa	novi studijski program	Istraživanje primjene umjetne inteligencije u pisanju akadskog ocjenskog rada	Research on the application of artificial intelligence in writing an academic evaluation paper	Pisanje akadskog ocjenskog rada posjeduje pisana i nepisana pravila, među kojima je i pravilo o autorskoj izvornosti koje je pretpostavka za ocjenjivanje izvrsnosti rada. Razvoj umjetne inteligencije u sve većoj mjeri dovodi do njezine primjene u različitim oblicima akadske djelatnosti, pa tako i u pisanju akadskih ocjenskih radova. Cilj ovoga rada istražiti je stajališta studenata o primjeni umjetne inteligencije u pisanju akadskih ocjenskih radova. U pregledu teorijskih spoznaja donosi se uvid u izabrane programe umjetne inteligencije, a u metodologiji opis metrijske baterije i cjelovitog upitnika kao i kvantitativne metodologije za prikupljanje i analizu stajališta ciljne skupine.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, član 4. prof. dr. sc. Martina Briš, zamjenska članica

2	Akademski gramatika i sintaksa	novi studijski program	Umjetna inteligencija u ekonomskom izražavanju: analiza primjene ChatGPT sustava pri pisanju akademskog ocjenskog rada	Artificial intelligence in economic expression: analysis of the application of the ChatGPT system in writing an academic evaluation paper	ChatGPT sustav (Generative Pre-trained Transformer) predstavnik je napredne AI tehnologije koja svoju primjenu pronalazi i u ekonomskom izražavanju koja ima značajan potencijal u poslovnom okruženju. Cilj ovog diplomskog rada analizirati je primjenu ChatGPT sustava pri pisanju akademskog ocjenskog rada u polju ekonomije. U teorijskom dijelu rada daje se pregled literature i spoznaja o razvoju umjetne inteligencije s naglaskom na ChatGPT i njegovu primjenu u polju ekonomije. Metodologija ovoga rada izvorno je uspostavljena kako bi se odgovorilo na istraživačko pitanje: Jesu li rješenja ChatGPT sustava prihvatljiva u postupku pisanja akademskog ocjenskog rada iz polja ekonomije? U eksperimentalnom dijelu rada, istražena su rješenja koja je ChatGPT ponudio kao odgovor na pitanja tipična za pisanje akademskih ocjenskih radova iz polja ekonomije. Analiza ChatGPT-ovih rješenja i odgovora koja bi ponudila tradicionalna literatura smjernica su za razumijevanje uporabe ChatGPT-a u pisanju akademskih ocjenskih radova u području ekonomije te posljedično i u suvremenom poslovnom okruženju.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, član 4. prof. dr. sc. Martina Briš, zamjenska članica
---	--------------------------------	------------------------	--	---	--	---------------	--------	-------	---

3	Akadska gramatika i sintaksa	novi studijski program	Razumijevanje ekonomskog teksta potpomognuto alatima umjetne inteligencije	Understanding economic text supported by artificial intelligence tools	Razumijevanje pročitanoa teksta pretpostavka je uspješnog akademskog izražavanja i prijenosa usvojenog znanja u akademski ocjenski rad. Cilj rada istražiti je izabrane alate kao potporu u pronalaženju informacija o zadanoj temi ekonomskog teksta, a potom istražiti potporu analizi teksta. U metodologiji rada opisuju se alati umjetne inteligencije koji se primjenjuju u eksperimentalnom dijelu rada kao i ekonomska tema na kojoj će se provjeriti učinkovitost alata. Analiza rada usmjerena je na formalno-logičku provjeru rezultata umjetne inteligencije te ocjenu primjenjivosti takvih rezultata u polju ekonomije. Rezultati rada korisni su pripadnicima akademске zajednice iz polja ekonomije, dionicima poslovne ekonomije i drugih grana iz polja ekonomije.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, član 4. prof. dr. sc. Martina Briš, zamjenska članica
4	Algoritmi i programiranje	Novi studijski program	Programska aplikacija za evidenciju PDV-a	Programming application for VAT records	U radu treba sagledati pojam evidencije PDV-a i definirati elemente koje programska aplikacija za evidenciju PDV-a treba sadržavati. Sagledati upotrebnu vrijednost C-a i MySQL-a. Istražiti tržište poslovnih programskih aplikacija i sagledati kako rade, te koje su dobre, a koje loše strane evidencije PDV-a kod tih programskih aplikacija. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije za evidenciju PDV-a. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

5	Algoritmi i programiranje	Novi studijski program	Programska aplikacija za dnevnu evidenciju utroška radnog vremena	Programming application for Working Hours Daily Records	U radu treba sagledati pojam dnevne evidencije radnog vremena i definirati elemente koje programska aplikacija za dnevnu evidenciju radnog vremena treba sadržavati. Sagledati upotrebnost C-a i MySQL-a. Istražiti tržište poslovnih programskih aplikacija i sagledati kako rade, te koje su dobre, a koje loše strane evidencije radnog vremena kod tih programskih aplikacija. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije za dnevnu evidenciju radnog vremena. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
6	Algoritmi i programiranje	Novi studijski program	Programska aplikacija za vođenje osnovnih sredstava	Programming application for Fixed assets management	U radu treba sagledati pojam osnovnih sredstava i definirati elemente koje programska aplikacija za evidenciju osnovnih sredstava treba sadržavati. Sagledati upotrebnost C-a i MySQL-a. Istražiti tržište poslovnih programskih aplikacija i sagledati kako rade, te koje su dobre, a koje loše strane evidencije osnovnih sredstava kod tih programskih aplikacija. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije za jednostavnu evidenciju osnovnih sredstava. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

7	Analiza i dizajn informacijskih sustava	Novi	Modeliranje informacijskog sustava - primjer 1	Information System Modeling - Example 1	Istraživačka pitanja: Koji su ključni sistemski zahtjevi predloženog sustava? Metodološki pristup: Kvalitativna analiza putem studije slučaja, izrada dijagrama slučajeve korištenja te ER dijagrama Cilj rada: razviti detaljne modele informacijskog sustava (kroz dijagram slučajeve korištenja i ER dijagram) U teorijskom dijelu rada, student treba dati pregled modela informacijskog sustava, a u empirijskom dijelu, na odabranom vlastitom primjeru, potrebno je najprije opisati poslovni slučaj, navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne sistemске zahtjeve te oblikovati informacijski sustav pomoću raznih modela (dijagram slučajeve korištenja te ER dijagram).	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
8	Analiza i dizajn informacijskih sustava	Novi	Modeliranje informacijskog sustava - primjer 2	Information System Modeling - Example 2	Istraživačka pitanja: Koji su ključni sistemski zahtjevi predloženog sustava? Metodološki pristup: Kvalitativna analiza putem studije slučaja, izrada dijagrama slučajeve korištenja te ER dijagrama Cilj rada: razviti detaljne modele informacijskog sustava (kroz dijagram slučajeve korištenja i ER dijagram) U teorijskom dijelu rada, student treba dati pregled modela informacijskog sustava, a u empirijskom dijelu, na odabranom vlastitom primjeru, potrebno je najprije opisati poslovni slučaj, navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne sistemске zahtjeve te oblikovati	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica

					informacijski sustav pomoću raznih modela (dijagram slučajeve korištenja te ER dijagram).				
9	Analiza i dizajn informacijskih sustava	Novi	Modeliranje informacijskog sustava - primjer 3	Information System Modeling - Example 3	Istraživačka pitanja: Koji su ključni sistemski zahtjevi predloženog sustava? Metodološki pristup: Kvalitativna analiza putem studije slučaja, izrada dijagrama slučajeve korištenja te ER dijagrama Cilj rada: razviti detaljne modele informacijskog sustava (kroz dijagram slučajeve korištenja i ER dijagram) U teorijskom dijelu rada, student treba dati pregled modela informacijskog sustava, a u empirijskom dijelu, na odabranom vlastitom primjeru, potrebno je najprije opisati poslovni slučaj, navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne sistemske zahtjeve te oblikovati informacijski sustav pomoću raznih modela (dijagram slučajeve korištenja te ER dijagram).	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica

10	Analiza i dizajn informacijskih sustava	Novi	Oblikovanje korisničkih sučelja - primjer 1	User Interfaces Design - Example 1	Istraživačka pitanja: Koje su ključne značajke koje mora sadržavati predloženi sustav? Kako oblikovati intuitivno sučelje? Metodološki pristup: Teorijska analiza dizajnerskih smjernica te izrada skica sučelja IS-a (mockupa) Cilj rada: osmisliti prilagođeno sučelje koje je intuitivno i jednostavno za korištenje te koje povećava korisničko zadovoljstvo i osigurava funkcionalnost. U teorijskom dijelu rada, student treba objasniti osnovne principe dizajna korisničkih sučelja, a u empirijskom dijelu, na odabranom vlastitom primjeru, kreirati skice sučelja informacijskog sustava (mockupe).	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
11	Analiza i dizajn informacijskih sustava	Novi	Oblikovanje korisničkih sučelja - primjer 2	User Interfaces Design - Example 2	Istraživačka pitanja: Koje su ključne značajke koje mora sadržavati predloženi sustav? Kako oblikovati intuitivno sučelje? Metodološki pristup: Teorijska analiza dizajnerskih smjernica te izrada skica sučelja IS-a (mockupa) Cilj rada: osmisliti prilagođeno sučelje koje je intuitivno i jednostavno za korištenje te koje povećava korisničko zadovoljstvo i osigurava funkcionalnost. U teorijskom dijelu rada, student treba objasniti osnovne principe dizajna korisničkih sučelja, a u empirijskom dijelu, na odabranom vlastitom primjeru, kreirati skice sučelja informacijskog sustava (mockupe).	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica

12	Bankarstvo	novi	Primjena umjetne inteligencije u financijskom sektoru	The Application of Artificial intelligence in the Financial sector	Ovaj rad se treba baviti ključnim aspektima primjene umjetne inteligencije u financijskom sektoru, a cilj rada je, osim primjene, proučiti i druge spomenute aspekte primjene umjetne inteligencije. Istraživačka pitanja koja su pritom postavljena su sljedeća: Koja su ključna područja primjene umjetne inteligencije u financijskom sektoru i kako se razlikuju među različitim financijskim institucijama?; Prate li zakonodavni i sigurnosni okviri brz razvoj umjetne inteligencije u financijskom sektoru? U svrhu izrade ovog rada primijeniti će se kvalitativna analiza u dijelu pregleda i sistematizacije relevantne literature te u pregledu regulatornih izazova, zakonskih okvira i specifičnih primjena umjetne inteligencije. Također će se primijeniti kvantitativna analiza u svrhu statističke obrade dostupnih podataka Eurostata i drugih statističkih objava o implementaciji umjetne inteligencije u financijskom sektoru.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, zamjenska članica
----	------------	------	---	--	--	--------------------	------------------------	--------------	--

13	Bankarstvo	novi	Analiza promjena strukture kapitala u bankarskom sektoru	Analysis of changes in the Capital Structure in Banking sector	Zadatak studenta je analizirati promjene u strukturi kapitala odabranih financijskih institucija tijekom odabranog razdoblja i iznijeti zaključke vezano za adekvatnost strukture kapitala i uspješnost u upravljanju kapitalom. Cilj rada će biti istražiti načine upravljanja kapitalnom financijskih institucija te ponuditi komparativni pregled između europskog i američkog bankarskog sektora. Rad će se sastojati od teorijskog i empirijskog dijela. U teorijskom dijelu bit će dan pregled prethodnih istraživanja o strukturi kapitala, objasniti će se razlike između uplaćenog i zarađenog kapitala, te će se obraditi najpoznatije teorije strukture kapitala. Također, u teorijskom dijelu rada navest će se čimbenici kapitalne strukture bankarskog sektora uz provedbu komparativne analize europskog i američkog bankarskog sektora. U empirijskom dijelu rada provest će se analiza strukture kapitala odabranih trgovačkih društava tijekom petogodišnjeg razdoblja a s ciljem pronalaska odgovora na istraživačka pitanja: Koliko je adekvatna trenutna struktura kapitala u odabranim financijskim institucijama u pogledu njihove financijske stabilnosti i otpornosti na tržišne rizike? te Na koji način odabrane financijske institucije upravljaju kapitalnom strukturom kako bi osigurale dugoročnu uspješnost? U okviru provedbe istraživanja koristiti će se dostupne informacije i to financijska izvješća promatranih financijskih institucija i objava na	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, zamjenska članica
----	------------	------	--	--	--	--------------------	------------------------	--------------	--

					relevantnim internetskim izvorima.					
--	--	--	--	--	---------------------------------------	--	--	--	--	--

14	Bankarstvo	novi	Uloga poslovnih banaka u restrukturiranju poslovanja trgovačkih društava	The role of commercial banks in restructuring the operations of trading companies	Cilj ovog rada je istražiti ulogu poslovnih banaka u procesu restrukturiranja poslovanja trgovačkih društava, analizirati njihove aktivnosti u pružanju financijske i savjetodavne podrške, te utvrditi ključne čimbenike uspješnosti restrukturiranja kroz analizu primjera iz prakse. Istraživačka pitanja koja će pritom biti postavljena su: Kako poslovne banke mogu utjecati na promjene u strukturi kapitala i uvjeta financiranja tijekom procesa restrukturiranja poslovnih subjekata? Na koji način poslovne banke mogu pridonijeti financijskoj stabilizaciji i poboljšanju konkurentske pozicije trgovačkih društava? Od studenta se u radu očekuje pregled osnovnih obilježja i sudionika procesa restrukturiranja te provedba detaljne analize na aktualnim hrvatskim i/ili stranim primjerima na temelju kojih je moguće argumentirati činitelje koji određuju uspješnost procesa restrukturiranja poslovanja u kojemu su sudjelovala poslovne banke.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, zamjenska članica
15	Bihevioralna ekonomija	Novi	Uloga poticaja (nudge-va) u osnaživanju ekološkog i održivog ponašanja pojedinaca	The role of incentives (nudges) in strengthening the ecological and sustainable behavior of individuals	Cilj rada je istražiti ulogu nudge-va u poticanju proekološkog i održivog ponašanja definiranog ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih naroda (UN SDGs). Teorijski dio rada obuhvaća Teoriju poticaja (Nudge teoriju) i modele poticanja ponašanja. Istraživački dio rada uključuje analizu primjera i stvarnih slučajeva bihevioralnih poticaja za poticanje pojedinaca na ekološki prihvatljivo ponašanje, poput smanjenja otpada ili korištenja javnog prijevoza.	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica

16	Bihevioralna ekonomija	Novi	Utjecaj socijalnih normi na ekonomske odluke	The influence of social norms on economic decisions	Cilj diplomskog rada je teorijski i empirijski ispitati utjecaj socijalnih normi u procesu donošenja ekonomskih/poslovnih odluka. Teorijski dio rada obuhvaća teoriju socijalnih normi (npr. autora Cialdinija) i koncept usklađivanja s grupom u bihevioralnoj ekonomiji. Istraživački dio rada obuhvaća eksperimentalni dizajn koji ispituje koliko ispitanici (studenti) mijenjaju svoje financijske odluke (npr. štednja, potrošnja) kada su izloženi informacijama o ponašanju svojih kolega.	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica
17	Bihevioralna ekonomija	Novi	Heuristike i poticaji u kontekstu ponašanja potrošača	Heuristics and nudges in the context of consumer behavior	Cilj diplomskog rada je istražiti primjenu različitih poticaja i heuristika u donošenju odluke o potrošnji. Teorijski dio rada obuhvaća teoriju heuristika i pristranosti (Tversky i Kahneman), te teoriju racionalnog izbora. Istraživački dio rada uključuje eksperimentalno istraživanje na uzorku studenata (npr. simulaciju potrošnje) ili studiju slučajeva primjene različitih poticaja korporacija u poticanju na potrošnju.	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica
18	Bihevioralne financije	novi	Analiza pojave mentalnog računovodstva u financijskom odlučivanju	Analysis of the phenomenon of mental accounting in financial decision-making	Tema ovog diplomskog rada istraživanje je pojave mentalnog računovodstva u financijskom odlučivanju, odnosno načina na koji mentalno računovodstvo može utjecati na donošenje racionalnih ili iracionalnih financijskih odluka. Od studenta se očekuje da definira pojam mentalnog računovodstva i analizira te identificira na koji način pojedinci uz njegovu primjenu kategoriziraju novac i donose financijske odluke. U istraživanju je potrebno koristiti	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član

					kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih podataka. Nad kvantitativnim podacima je potrebno provesti deskriptivnu statističku analizu, a isti trebaju biti prikupljeni pomoću ankete o finansijskim navikama potrošača.				
19	Bihevioralne financije	novi	Primjena koncepta bihevioralnih financija na ponašanje sudionika na finansijskim tržištima	Application of behavioural finance concepts to the behaviour of participants in the financial markets	Bihevioralne financije daju novi pogled na donošenje finansijskih odluka kroz sagledavanje utjecaja ponajprije psiholoških čimbenika. Stoga se od studenta u ovom diplomskom radu očekuje pregled dosadašnjih spoznaja u ispitivanju (i) racionalnosti sudionika na finansijskim tržištima. Analiza ponašanja investitora i njihov proces odlučivanja trebaju biti obrađeni na stvarnim primjerima kvalitativnim, kvantitativnim ili kombiniranim pristupom.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv.prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv.prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
20	Bihevioralne financije	novi	Analiza tržišta kriptovaluta kroz pristup bihevioralnih financija	Analysis of cryptocurrency markets using a behavioural finance approach	Cilj ovog diplomskog rada jest analizirati brzi razvoj kriptovaluta koji je često praćen naglim promjenama vrijednosti kriptovaluta kakve se ne bilježe na klasičnim finansijskim tržištima. Stoga se od studenta u ovom diplomskom radu očekuje da analizira ponašanje investitora na tržištima kriptovaluta iz perspektive bihevioralnih financija. Potrebno je obraditi najčešće uočene obrasce (i) racionalnog ponašanja investitora i analizirati njihovo pojavljivanje na tržištima kriptovaluta kroz upotrebu stvarnih podataka o kretanju	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv.prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv.prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član

					vrijednosti odabranih kriptovaluta.				
21	Blockchain i decentralizirane financije	Novi	Sustavna analiza odabranog elementa kriptoeconomije	Systematic analysis of a selected element of the cryptoeconomy	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o odabranom elementu kriptoeconomije (npr. odabrana kriptovaluta, blockchain, NFT, pametni ugovori, i sl.); 3. Primjer odabranog elementa; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Istražiti temeljne koncepte i mehanizme kriptoeconomije. 2. Analizirati odabrani element unutar kriptoeconomije. 3. Procijeniti utjecaj tog elementa na širu ekonomsku strukturu. 4. Predložiti poboljšanja ili inovacije temeljem analize. Istraživačka pitanja su: 1. Koje su ključne karakteristike odabranog elementa kriptoeconomije? 2. Kako odabrani element utječe na širu kriptoekonomsu infrastrukturu? 3. Koji su izazovi i prilike povezani s implementacijom odabranog elementa? 4. Kako se odabrani element uspoređuje s tradicionalnim ekonomskim sustavima? 5. Koje su potencijalne buduće	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

					primjene i razvojni smjerovi odabranog elementa?					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

22	Brand management	Novi	Uloga umjetne inteligencije u upravljanju brandom	The Role of Artificial Intelligence in Brand Management	Cilj je istražiti na koji način sustavi umjetne inteligencije (poput napredne analitike, chatbotova i automatiziranih preporuka) mogu unaprijediti proces upravljanja brandom u smislu jačanja brand-identiteta, poboljšanja komunikacijskih strategija i personaliziranog pristupa potrošačima. Teorijski dio treba obuhvatiti pregled koncepta brand managementa, posebice temeljne teorije o izgradnji, pozicioniranju i vrednovanju branda. Nadalje, valja analizirati aktualna istraživanja o primjeni AI tehnologija u marketinškom kontekstu te objasniti ključne koncepte poput strojnog učenja i obrade velikih količina podataka u svrhu segmentacije i targetiranja. Empirijski dio može uključivati evaluaciju postojećih praksi uvođenja AI alata (npr. chatbotovi za korisničku podršku, personalizirane kampanje, dinamičko određivanje cijena) ili provođenje vlastitog istraživanja o percepciji potrošača. Mogu se koristiti anketni upitnici, fokus-skupine ili studije slučaja kako bi se ustanovilo na koji način AI rješenja pridonose brand-lojalnosti, zadovoljstvu korisnika i ukupnoj vrijednosti branda. Metodološki pristup može biti mješovit: kvantitativne metode (anketiranje i statistička obrada dobivenih podataka) pružaju širinu i mogućnost generalizacije rezultata, dok kvalitativna analiza (intervjui s menadžerima, analiza dokumenata) pruža dublji uvid u strategije implementacije te subjektivnu percepciju korisnika i stručnjaka. U konačnici, rezultate valja	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
----	------------------	------	---	---	--	---------------	--------	--------	--

					povezati s postojećim teorijskim okvirom i prikazati kako AI konkretno mijenja ili nadopunjuje tradicionalne pristupe brand managementu.				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

23	Brand management	Novi	Rebrandiranje kao odgovor na promjene na tržištu	Rebranding as a Response to Market Changes	Cilj je ovoga rada istražiti kako i zašto tvrtke provode rebrandiranje u uvjetima promjenjivih tržišnih okolnosti te na koji način taj proces utječe na percepciju branda i konkurentsku poziciju. Teorijski dio obuhvaća pregled klasičnih i suvremenih teorija o brand-strategijama, definiciju rebrandiranja te analizu čimbenika poput tržišne dinamike i promjena u preferencijama potrošača. Potrebno je kritički sagledati ključne autore, modele i znanstvene radove koji objašnjavaju motivaciju i uspješnost rebrandiranja. Empirijski dio može uključivati kvalitativna istraživanja (intervjui s menadžerima, studije slučaja uspješnih i neuspješnih rebrandiranja) i/ili kvantitativne metode (ankete među potrošačima o percepciji starog i novog branda). Dobiveni podaci potom se uspoređuju s teorijskim postavkama. Metodološki pristup može biti mješovit: kvalitativna analiza studija slučaja pruža dublji uvid u kontekst odluke o rebrandiranju, dok kvantitativni pokazatelji (npr. promjene lojalnosti, prepoznatljivosti) omogućuju generalizaciju nalaza.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
----	------------------	------	--	--	--	---------------	--------	--------	---

24	Brand management	Novi	Upravljanje brandom u kontekstu globalizacije	Brand Management in the Context of Globalization	Cilj je istražiti kako globalne tržišne, društvene i kulturne promjene utječu na upravljanje brandom te kako tvrtke balansiraju između globalno konzistentne poruke i lokalnih prilagodbi branda. Teorijski dio treba obuhvatiti analizu teorija vezanih uz globalni marketing, brand-ekspanziju i transnacionalne strategije, uz pregled istraživanja o standardizaciji nasuprot prilagodbe branda. Ključni autori iz područja međunarodnog marketinga i interkulturalne komunikacije pridonijet će kontekstualizaciji problema. Empirijski segment može uključivati anketna ispitivanja potrošača s različitih tržišta ili komparativne studije slučaja globalno poznatih brandova, kao i intervju s menadžerima koji donose odluke o globalnom pozicioniranju. Metodološki pristup može miješati kvantitativne (ankete, statistička analiza uspješnosti) i kvalitativne metode (studije slučaja, intervjui), što omogućuje integriran uvid u izazove i uspješne prakse globalnog brand managementa.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
----	------------------	------	---	--	---	---------------	--------	--------	--

25	Brand management	Novi	Upravljanje krizom i reputacijom branda	Brand Crisis and Reputation Management	Cilj je ovoga istraživanja utvrditi kako organizacije upravljaju kriznim situacijama te na koji način krizno komuniciranje i strategije reputacijskog menadžmenta utječu na dugoročnu percepciju branda. Teorijski dio treba obraditi pojmove kriznog menadžmenta, reputacijskog kapitala i komunikacijskih modela, uz poseban naglasak na ulogu medija i društvenih mreža u oblikovanju javnog mišljenja. Važno je prikazati i postojeća znanstvena istraživanja o utjecaju brzine reakcije i tonusa poruke na povjerenje potrošača. Empirijski dio može uključivati analizu studija slučaja (stvarnih kriznih događaja), sadržajnu analizu medijskih objava ili ankete među potrošačima o percepciji kriznog komuniciranja. Rezultati se uspoređuju s teoretskim modelima. Metodološki pristup može kombinirati kvalitativne (intervjui, analiza dokumenata) i kvantitativne (ankete, statistika) metode, uz naglasak na triangulaciju radi sveobuhvatnijeg uvida u krizni proces i reputacijske posljedice.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
----	------------------	------	---	--	---	---------------	--------	--------	--

26	Brand management	Novi	Neuromarketing i njegov utjecaj na percepciju branda	Neuromarketing and Its Impact on Brand Perception	Cilj je ispitati kako neuroznanstvene metode (npr. EEG, fMRI) i spoznaje o moždanim procesima utječu na razumijevanje brand-percepcije, emocionalnih reakcija i donošenja odluka o kupnji. Teorijski dio obuhvaća ključne pojmove neuromarketinga, psihološke i neuroznanstvene teorije povezane s formiranjem privrženosti brandu te dosadašnja istraživanja koja mjere neuralne korelate potrošačkog ponašanja. Empirijski dio može uključivati provođenje eksperimentalne neuroznanstvene studije (mjerenje moždane aktivnosti pri izlaganju brand-stimulansima) ili analizu prethodnih znanstvenih radova i studija slučaja, čime se stvara kvantitativna osnova za razumijevanje kako potrošači reagiraju na specifične brand-poruke. Metodološki pristup uglavnom je kvantitativan, s naglaskom na statističku obradu neuroznanstvenih podataka, no mogu se uključiti i kvalitativni elementi (intervjui s ispitanicima) radi dodatnog tumačenja rezultata.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
----	------------------	------	--	---	--	---------------	--------	--------	--

27	Brand management	Novi	Utjecaj Generacije Z na brand strategije	The Impact of Generation Z on Brand Strategies	Cilj je istražiti koje su specifične vrijednosti, navike i preferencije Generacije Z te kako oni oblikuju i mijenjaju brand strategije. Teorijski dio obuhvaća analizu literature o karakteristikama i digitalnim navikama ove generacije, njihovoj interakciji s društvenim mrežama te važnosti autentičnosti i društvene odgovornosti. Povezuju se koncepti brand-lojalnosti, psihografskih profila i generacijskih teorija. Empirijski dio može uključivati anketne upitnike ili fokus-skupine s pripadnicima Generacije Z kako bi se prikupili podatci o njihovim stavovima i očekivanjima. Metodološki pristup može biti mješovit: kvantitativno istraživanje radi generalizacije trendova te kvalitativni uvid za dublje razumijevanje motivacija i ponašanja Generacije Z u kontekstu brand-prisutnosti.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
28	Brand management	Novi	Utjecaj novih tehnologija (AR/VR) na brand iskustva	The Impact of New Technologies (AR/VR) on Brand Experiences	Cilj je utvrditi kako proširena (AR) i virtualna stvarnost (VR) oblikuju ili unaprjeđuju interakciju potrošača s brandom te na koji način doprinose stvaranju intenzivnijeg i imerzivnijeg brand-iskustva. Teorijski dio potrebno je usmjeriti na razvoj i primjenu ovih tehnologija u marketinškom kontekstu te objasniti ključne koncepte korisničkog iskustva i teorije percepcije. Empirijski dio može se temeljiti na eksperimentalnom istraživanju (testiranje prototipa AR/VR rješenja) ili analizi već realiziranih projekata (studije slučaja), a može obuhvatiti mjerenja zadovoljstva, lojalnosti	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

					te ponašajnih namjera potrošača. Metodološki pristup često je kombiniran, uključujući kvantitativne (ankete, statističke mjere) i kvalitativne tehnike (intervjui, promatranje) kako bi se dobila šira slika o utjecaju novih tehnologija na brand-iskustvo.				
29	Brand management	Novi	Korištenje big data analitike u upravljanju brandom	Using Big Data Analytics in Brand Management	Cilj je istražiti u kojoj mjeri big data analitika pridonosi boljem razumijevanju tržišta, preciznijoj segmentaciji te personaliziranim marketinškim aktivnostima s ciljem jačanja brand-vrijednosti. Teorijski dio fokusira se na definiranje big data koncepta i pregled dostupnih analitičkih alata (data mining, strojno učenje), uz naglasak na teorije o donosu vrijednosti branda i marketinškoj optimizaciji. Empirijski dio može obuhvaćati studije slučaja tvrtki koje koriste big data u brand-strategijama, analizu velikih skupova podataka o potrošačima ili eksperimentalna istraživanja učinkovitosti personaliziranih kampanja. Metodološki pristup može biti primarno kvantitativan (statističke ili algoritamske analize), no dopunjuje se kvalitativnim intervjuima kako bi se razumjela perspektiva menadžera i korisnika.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

30	Cjenovne strategije	Novi	Istraživanje utjecaja cjenovnih promocija na odluke o kupnji i vjernost marki	Exploring the Impact of Price Promotions on Purchase Decisions and Brand Loyalty	Tema istražuje kako cjenovne promocije, kao što su popusti, kuponi i rasprodaje, utječu na odluke potrošača o kupnji, lojalnost brendu i cjelokupno ponašanje pri kupnji. Istražuje učinkovitost različitih vrsta cjenovnih promocija i njihovu ulogu u stvaranju kratkoročnog povećanja prodaje u odnosu na dugoročno zadržavanje kupaca. Kroz rad se također može istražiti kako demografija i preferencije potrošača utječu na njihovu reakciju na strategije promotivnih cijena. Cilj je analizirati učinkovitost strategija cjenovnih promocija u utjecanju na ponašanje potrošača i identificirati čimbenike koji određuju njihov uspjeh u poticanju prodaje i jačanju vjernosti kupaca. U praktičnom dijelu se može provesti istraživanje na potrošačima ili analizirati podatke o maloprodaji tijekom promotivnih razdoblja kako bi se procijenile reakcije potrošača i identificirali obrasci ponašanja.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc .dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
31	Cjenovne strategije	Novi	Strategija cijena na primjeru X	Pricing strategy on the example of X	Tema obuhvaća objašnjenje i analizu postojećih i mogućih strategija cijene kao elementa marketinškog miksa (načine primjene, prednosti i nedostatke te vrijeme primjene određene strategije). Kroz analizu strategije cijena na odabranom primjeru, cilj je kritički se osvrnuti na prikladnost primjene određene strategije te njenu (ne)uspješnost i eventualno dati prijedloge za poboljšanja.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc .dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

32	Cjenovne strategije	Novi	Upravljanje cijenama u maloprodaji na primjeru X	Retail price management on the example of X	Cilj je ovoga rada analizirati važnost te specifičnosti upravljanja cijenama u maloprodaji. Potrebno je sistematizirati teorijski koncept upravljanja cijenama u suvremenoj maloprodaji te specifičnom sektoru maloprodaje (u skladu s izabranim primjerom u praktičnom dijelu - npr. maloprodaja odjeće ili maloprodaja svakodnevnih proizvoda), pri tome analizirajući utjecajne varijable na odluke o cijenama. U praktičnom dijelu rada se kroz studiju slučaja analizira upravljanje cijenama odabranog maloprodavača, evaluira prikladnost i (ne)uspješnost pojedinih cjenovnih strategija i taktika te eventualno daje prijedloge za poboljšanja.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
33	Digitalni marketing	Novi	Evolucija vertikalnih video formata na mobilnim platformama	The Evolution of Vertical Video Formats on Mobile Platforms	Cilj rada je analizirati razvoj vertikalnih video formata na mobilnim platformama, od njihovog nastanka do trenutne popularnosti. Fokus je na utjecaju tih formata na korisničko ponašanje i angažman, s naglaskom na njihove prednosti u usporedbi s tradicionalnim formatima. Rad uključuje pregled platformi koje podržavaju vertikalne videozapise, analizu trendova i preporuke za daljnji razvoj ovog formata u kontekstu digitalnog marketinga i sadržaja. Može sadržavati analizu korisničke percepcije formata ili perspektive subjekta koji oblikuje sadržaj.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

34	Digitalni marketing	Novi	Uloga umjetne inteligencije na budućnost poslova u sektoru informacijsko-komunikacijskih tehnologija	The Role of Artificial Intelligence in the Future of Jobs in the ICT Sector	Cilj rada je istražiti utjecaj umjetne inteligencije na promjene u radnim procesima i zahtjevima za novim vještinama u sektoru informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Fokus je na analizi automatizacije, prilagodbi radne snage i stvaranju novih poslova usmjerenih na razvoj i upravljanje tehnologijama umjetne inteligencije. Rad uključuje analitički pregled primjera primjene umjetne inteligencije te preporuke za obrazovne i industrijske politike koje podupiru prilagodbu ovim promjenama.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
35	Digitalni marketing	Novi	Utjecaj personalizacije digitalnog sadržaja na angažman korisnika	The Impact of Digital Content Personalization on User Engagement	Cilj rada je istražiti kako personalizacija digitalnog sadržaja, temeljena na analizi podataka o korisnicima, utječe na njihov angažman i zadovoljstvo. Fokus je na tehnologijama koje omogućuju prilagodbu sadržaja, poput algoritama preporuka i segmentacije korisnika. Analiziraju se prednosti personalizacije za povećanje lojalnosti i interakcije te izazovi poput privatnosti i etike u prikupljanju podataka. Rad uključuje analitički pregled primjera iz prakse i smjernice za optimalnu primjenu personalizacije.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

36	Digitalni marketinški alati	Novi	Utjecaj Web 3.0 tehnologija na učinkovitost digitalnih marketinških kampanja	The Impact of Web 3.0 Technologies on the Effectiveness of Digital Marketing Campaigns	Web 3.0 tehnologije, poput blockchaina i umjetne inteligencije, transformiraju digitalni marketing omogućujući personalizaciju, transparentnost i decentralizaciju. Ovaj diplomski rad istražuje kako se evolucija s Web 2.0 na Web 3.0 odrazila na učinkovitost digitalnih marketinških kampanja. Fokus je na analizi primjene Web 3.0 tehnologija u segmentaciji publike, prikupljanju podataka i analizi ponašanja potrošača. Cilj je utvrditi kako Web 3.0 tehnologije mogu unaprijediti strategije digitalnog marketinga te omogućiti bolje rezultate kampanja. Svrha je pružiti marketinškim stručnjacima smjernice za primjenu novih tehnologija u planiranju i implementaciji kampanja. Metodologija: Provesti anketu među marketinškim stručnjacima o primjeni Web 3.0 tehnologija; Analizirati slučajeve uspješnih kampanja koje koriste ove tehnologije.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
37	Digitalni marketinški alati	Novi	Analiza učinkovitosti besplatnih i plaćenih digitalnih alata za upravljanje resursima u malim poduzećima	Efficiency Analysis of Free and Paid Digital Tools for Resource Management in Small Businesses	Rad istražuje razlike u učinkovitosti besplatnih (freeware, openware) i plaćenih alata za upravljanje digitalnim resursima u malim poduzećima. Fokus je na identifikaciji ključnih prednosti i izazova svakog tipa alata te njihovog utjecaja na operativnu učinkovitost. Cilj je pružiti malim poduzećima informacije o optimalnom odabiru alata s obzirom na njihove specifične potrebe i financijske mogućnosti. Svrha je omogućiti efikasnije upravljanje resursima i smanjenje troškova poslovanja. Metodologija: Komparativna analiza funkcionalnosti alata	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

					putem studija slučaja. Ankete ili intervjui s vlasnicima i menadžerima malih poduzeća.				
38	Digitalni marketinški alati	Novi	Digitalni alati za poslovnu kolaboraciju: utjecaj na produktivnost timova	Digital Tools for Business Collaboration: Impact on Team Productivity	Tema analizira ulogu digitalnih alata za kolaboraciju (npr. Slack, Microsoft Teams, Trello) u povećanju produktivnosti timova. Fokus je na identificiranju kako različite funkcionalnosti ovih alata utječu na komunikaciju, koordinaciju i praćenje napretka unutar timova. Cilj je utvrditi koji alati najviše pridonose timskoj produktivnosti te predložiti najbolju praksu za njihovu implementaciju. Svrha je pomoći organizacijama u optimizaciji timskog rada kroz učinkovito korištenje digitalnih alata. Metodologija: Anketno istraživanje među zaposlenicima koji koriste alate za kolaboraciju. Analiza rezultata timskih projekata prije i nakon uvođenja alata.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

39	E-business	Stari	Analiza promjene navika i trendova internetskih kupaca nakon pandemije COVID-19	Analysis of Changes in Online Shopping Habits and Trends Post-COVID-19	Cilj rada je istražiti kako su se navike i preferencije internetskih kupaca promijenile nakon pandemije COVID-19. Fokus je na analizi ključnih trendova, poput povećane potražnje za e-trgovinom, korištenja mobilnih uređaja i novih oblika plaćanja kroz primarno istraživanje izdvojene ciljne skupine korisnika. Rad uključuje pregled faktora koji su utjecali na te promjene, kao što su sigurnosni i praktični aspekti internetske kupovine, te analizu dugoročnih implikacija za poslovne subjekte u digitalnom okruženju.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
40	E-business	Stari	Izgradnja digitalne prisutnosti poslovnog subjekta	Building an Online Presence for a Business	Cilj rada je oblikovati teorijsku razradu značaja digitalne prisutnosti za poslovni subjekt te analizu izdvojenog poslovnog subjekta koji je ujedeno i preciziran kroz dopunu naslova. U radu fokus treba biti na analizi sastavnica svih okruženja u kojemu određeni poslovni subjekt djeluje, što uključuje njihovo web-sjedište, poslovne profile na društvenim mrežama ili koji drugi oblik digitalne prisutnosti navedenog poslovnog subjekta.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
41	E-business	Stari	Realizacija poslovnih ideja grupnim financiranjem	Business Idea Realization Using Crowdfunding	Tema obuhvaća analizu procesa u kojem se putem interneta od javnosti traži financijska podrška u obliku donacija. U radu se opisuje grupno financiranje te ističu prednosti i nedostaci istog, analiziraju se temeljni modeli grupnog financiranja kao i platforme koje se temelje na tim modelima, obuhvaćaju se i postupci oblikovanja kampanje grupnog financiranja kao i njene promocije. Tema može biti precizirana kroz odabir fokusa u analizi ranije spomenutih stavaka grupnog financiranja što	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

					će se očitovati kroz dopunu naziva.				
42	Ekonomika trgovine	stari	Digitalizacija i e-trgovina (studija slučaja)	Digitalization and e-commerce (case study)	Temom se istražuje geneza digitalizacije i e-trgovine. U teorijskim dijelu rada student treba istražiti pojam geneza digitalizacije, a koji se odnosi se na povijesni razvoj, transformaciju i usvajanje digitalnih tehnologija kroz vrijeme, uključujući ključne faze, događaje i inovacije koje su oblikovale digitalni svijet kakav poznajemo danas. U empirijskom dijelu rada student treba izvršiti analizu. Naime, analiza treba uključiti konkretni primjer studije slučaja digitalizacije i e-trgovine iz okruženja(i/ili na nacionalnoj i/ili internacionalnoj razini). Također, treba uključiti preporuke; primjerice o sigurnosti podataka te simulirati predviđanja budućih trendova i inovacija u digitalnoj tehnologiji unutar trgovačkog sektora, ističući potencijal za postizanje veće stope održivosti i učinkovitosti. Cilj istraživanja je istražiti faze digitalizacije e-trgovine. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili	prof. dr. sc.	Ćućić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćućić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

					primjera iz prakse za navedeno područje.				
43	Ekonomika trgovine	stari	Globalni opsrbeni lanci - izazovi i prilike	Global supply chains - challenges and opportunities	Temom se istražuju globalni lanci opskrbe. U teorijskom dijelu rada student istražuje pojam lanca opskrbe, njegov značaj, izazove u lancu opskrbe, njegove trendove i dr. U empirijskom dijelu rada student treba izvršiti analizu. Analiza treba uključiti istraživanje čimbenika (klimatske, geopolitičke, ekonomske i dr.) koji utječu na globalne lance opskrbe. Također, treba dati preporuke za buduća istraživanja te uključiti predviđanja budućih izazova, ali i prilika u opskrbnom lancu. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćučić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćučić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

44	Ekonomika trgovine	stari	Društveni izazovi i trgovina	Social challenges and trade	Temom se istražuju društveni izazovi današnjice kao što su primjerice migracije radne snage, kulturološke razlike, neujednačena kupovna moć i dr.). U teorijskom dijelu rada student treba istražiti prethodno spomenute čimbenike te ih povezati s utjecajem na trgovinu. U empirijskom djelu student treba izvršiti analizu. Analiza treba uključiti studij slučaja regionalnog, nacionalnog i/ili internacionalnog karaktera. Također, treba uključiti simulaciju predviđanja budućih izazova u trgovini te preporuke za buduća istraživanja. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćučić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćučić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
45	E-logistika	Novi	Optimizacija procesa skladištenja korištenjem sustava e-logistike	Optimization of Warehouse Processes Using E-Logistics Systems	Istraživačka pitanja: Kako e-logistički sustavi mogu poboljšati upravljanje skladištem? Koji su ključni pokazatelji učinkovitosti (KPI) u optimizaciji skladišnih operacija? Metodološki pristup: kombinacija teorijskog istraživanja o tehnologijama e-logistike i empirijske analize na konkretnom primjeru simulacije skladišnih procesa. Cilj rada: predložiti rješenja za optimizaciju procesa skladištenja pomoću digitalnih alata i tehnologija. U teorijskom dijelu rada, student treba obraditi osnovne komponente e-logistike s fokusom na skladišne procese, a u empirijskom dijelu analizirati primjer sustava za upravljanje skladištem (WMS) te predložiti unapređenja.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

46	E-logistika	Novi	Primjena IoT tehnologije u logistici	Application of IoT Technology in Logistics	Istraživačka pitanja: Kako IoT tehnologije mogu unaprijediti procese u e-logistici? Koji su glavni izazovi i prednosti implementacije IoT-a u logističkim sustavima? Metodološki pristup: teorijska analiza potencijala IoT-a i empirijska simulacija primjene u jednom od logističkih procesa (praćenje pošiljki, skladištenje, itd.) Cilj rada: predložiti rješenje koje integrira IoT tehnologije u logističke procese radi povećanja učinkovitosti i smanjenja troškova. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne koncepte IoT tehnologija i njihov utjecaj na logistiku, a u empirijskom dijelu simulirati primjenu IoT rješenja u logističkom procesu.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
47	E-logistika	Novi	Automatizacija logističkih procesa putem sustava umjetne inteligencije	Automation of Logistics Processes Using Artificial Intelligence Systems	Istraživačka pitanja: Koje su mogućnosti primjene umjetne inteligencije u e-logistici? Kako umjetna inteligencija može poboljšati procese poput planiranja ruta, predviđanja potražnje i upravljanja zalihama? Metodološki pristup: kombinacija teorijskog pregleda i studije slučaja kroz analizu postojećih rješenja ili simulaciju. Cilj rada: analizirati i demonstrirati kako umjetna inteligencija može poboljšati ključne procese u logistici. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti ulogu umjetne inteligencije u logistici, a u empirijskom dijelu istražiti ili modelirati primjer automatiziranog procesa (npr. optimizaciju ruta dostave ili predikciju potražnje).	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

48	E-logistika	Novi	Digitalna transformacija u logistici: analiza uspješnih primjera	Digital Transformation in Logistics: Analysis of Successful Cases	Istraživačka pitanja: Koji su ključni faktori uspjeha u digitalnoj transformaciji logističkih sustava? Koje tehnologije su najviše doprinijele modernizaciji logistike? Metodološki pristup: teorijska analiza trendova digitalne transformacije i kvalitativna analiza uspješnih studija slučaja (dostupnih u literaturi). Cilj rada: izdvojiti ključne lekcije i preporuke za uspješnu implementaciju digitalne transformacije u logistici. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti glavne trendove i tehnologije koje oblikuju digitalnu transformaciju u logistici, a u empirijskom dijelu analizirati dva do tri stvarna primjera implementacije digitalne transformacije u logistici.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
49	E-trgovina	Novi i stari	Digitalna prisutnost poslovnog subjekta	Online Presence of a Company	Cilj rada je oblikovati teorijsku razradu poslovne uporabe web-sjedišta te analizu izdvojenog poslovnog subjekta kroz ukupnost sastavnica koje čine njegovu digitalnu prisutnost. U radu fokus treba biti na analizi svih okruženja u kojemu određeni poslovni subjekt djeluje, što uključuje službeno web-sjedište, društvene mreže ili koji drugi oblik digitalne prisutnosti navedenog poslovnog subjekta. Rad treba uključivati kritički osvrt na uočene specifičnosti kao i preporuke za usavršavanje.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. rof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

50	E-trgovina	Novi i stari	Analiza trendova mobilne trgovine	Analysis of M-commerce Trends	Cilj rada je analizirati uži fokus e-trgovine u kojem se transakcijske aktivnosti odvijaju oslanjajući se na mobilne digitalne uređaje. Rad se treba fokusirati na specifičnosti e-trgovine putem mobilnih uređaja, prednosti i nedostatke takve trgovine te korisničko iskustvo. Rad se može fokusirati na uži aspekt mobilnih e-trgovina, poput pojedinačne mobilne aplikacije, međusobne komparacije više njih i prijedloga za usavršavanje što će se očitovati kroz dopunu naslova.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. rof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
51	E-trgovina	Novi i stari	Internetski oblici plaćanja i digitalne valute	Online Payment Methods and Digital Currency	Cilj rada je analizirati dostupne internetske oblike plaćanja te prikazati razvoj od njihovog nastanka do danas kada je njihov rast značajno povećan. Osim toga, u radu se kritički promišljaju dostupne digitalne valute (i kriptovalute) uz uži fokus na njihove prednosti i nedostatke, komparativnu analizu, trendovska obilježja i naznaku daljnjeg mogućeg smjera razvoja. Rad se može fokusirati na pojedinačni oblik plaćanja ili digitalnu valutu odnosno njihovu kombinaciju što se treba precizirati i kroz dopunu naslova.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. rof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
52	Financijska forenzika	novi	Evolucija financijske forenzike - Teorijski pregled metodologija i tehnika	The Evolution of Financial Forensics: A Theoretical Overview of Methodologies and Techniques	Pregled povijesti, razvoja i primjene financijske forenzike u modernom poslovanju. Fokus može biti na tehnikama koje se koriste za analizu financijskih malverzacija	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

53	Financijska forenzika	novi	Uloga financijske forenzike u sprječavanju korporativnih prijevара	The Role of Financial Forensics in Preventing Corporate Fraud	Analiza teorijskih pristupa financijskoj forenzici i njihovoj ulozi u sprječavanju prijevара	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr, sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
54	Financijska forenzika	novi	Tehnike otkrivanja i prevencije pranja novca uz primjenu financijske forenzike	Techniques for Detecting and Preventing Money Laundering Using Financial Forensics	Prikazati i analizati mehanizme pranja novca i zakonodavnih okvira (FATF, AML Direktive)	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr, sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
55	Financijska i ekonomska analiza projektnih ulaganja	novi	Analiza strukture financiranja i ocjena opravdanosti ulaganja u odabranom sektoru	Analysis of funding structure and investment feasibility assessment in the selected Industry	Cilj rada je istražiti dostupne izvore financiranja za nove poslovne aktivnosti u odabranom sektoru, analizirati ponudu financijskih instrumenata koji su specifični za ovaj sektor i odabrati optimalne izvore financiranja za novu poslovnu aktivnost. Pritom je svrha rada odabrati optimalne financijske instrumente koji odgovaraju specifičnostima proizvodnje, uzimajući u obzir rizike, sezonske cikluse i karakteristike novčanih tokova u ovom sektoru. Rad će također obuhvatiti istraživanje mogućnosti financiranja putem banaka, EU fondova, subvencija, privatnih investicija i drugih izvora specifičnih za odabrani sektor. Pritom su istraživačka pitanja koja će biti postavljena: Utječu li i na koji način specifičnosti u odabranoj djelatnosti, poput sezonskih ciklusa i rizika proizvodnih karakteristika, na izbor financijskih instrumenata?; Kako odabrati optimalan model	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član

					financiranja za specifičnu novu poslovnu aktivnost u odabranom sektoru? U izradi rada biti će korištena analiza i sistematizacija relevantne literature, dok će u istraživačkom dijelu biti korištena financijska analiza primjenom metoda budžetiranja kapitala te analiza osjetljivosti i scenario analize.				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

56	Financijska i ekonomska analiza projektnih ulaganja	novi	Procjena financijske opravdanosti ulaganja u projekte u području digitalne transformacije	Feasibility assessment of investments in digital transformation projects	Rad će obuhvatiti analizu prihvatljivosti provedbe ulaganja u projekte digitalne transformacije koji su u posljednje vrijeme s obzirom na razvoj tehnologija temeljenih na umjetnoj inteligenciji, kibernetičke rizike kao i potpore za provedbu ulaganja u digitalnu transformaciju te ciljeve Europske unije sve češći oblik ulaganja u poslovnom sektoru. Cilj rada je procijeniti prihvatljivost ulaganja u projekt primjenom metoda budžetiranja kapitala. U okviru rada će biti provedena i analiza tržišta sa ciljem utvrđivanja raspoloživih načina financiranja projekata ulaganja u digitalizaciju poslovanja, bilo financiranja sredstvima poslovnih banaka ili EU fondova i programa. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su sljedeća: Na koji način različiti izvori financiranja, poput sredstava poslovnih banaka i EU fondova, utječu na isplativost projekata u digitalne tehnologije? Koliko je analizirani projekt osjetljiv na promjene ključnih varijabli i na koji način promjene mogu utjecati na održivost projekta? U okviru teorijskog dijela od studenta/studentice se očekuje se očekuje sistematizacija relevantne literature a istraživačkog dijela primjena studije slučaja s provedbom metoda budžetiranja kapitala i ocjene rizika (analize osjetljivosti i scenario analize) te donošenja zaključka o financijskoj isplativosti te utjecaju različitih izvora financiranja na uspješnost projektnog ulaganja.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
----	---	------	---	--	---	--------------------	------------------------	--------------	--

57	Financijska i ekonomska analiza projektnih ulaganja	novi	Primjena cost-benefit analize (CBA) u ocjeni opravdanosti infrastrukturnih projekata	Application of cost-benefit analysis (CBA) in assessing the feasibility of infrastructure projects	Ciljevi ovoga rada su objasniti ključne koncepte i korake CBA te prikazati važnost pokazatelja poput ENPV-a, ERR-a i B/C omjera u donošenju odluka o društvenoj opravdanosti ulaganja. U teorijskom dijelu rada student treba opisati metodologiju i korake CBA te ukazati na važnost točnog određivanja koristi i troškova projekta. U praktičnom dijelu rada potrebno je primijeniti CBA na primjeru infrastrukturnog projekta, analizirati ključne pokazatelje (ENPV, ERR i B/C omjer) te donijeti zaključke o društvenoj opravdanosti ulaganja.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
58	Financijska i ekonomska analiza projektnih ulaganja	novi	Monetizacija netržišnih učinaka u ekonomskoj analizi projekata	Monetization of non-market impacts in economic project analysis	U okviru rada student treba objasniti metode za monetizaciju netržišnih učinaka, s posebnim osvrtom na koncepte spremnosti na plaćanje (WTP) i hedonističke pristupe te analizirati kako uključivanje eksternalija utječe na ukupnu ekonomsku ocjenu projekata. U teorijskom dijelu rada student treba razraditi načela i postupke monetizacije netržišnih učinaka te objasniti izazove njihove primjene u praksi. U praktičnom dijelu rada potrebno je primijeniti jednu ili više metoda monetizacije na odabrani projekt, analizirati utjecaj netržišnih učinaka na ukupnu ekonomsku ocjenu te ocijeniti njihovu važnost u donošenju odluka o provedbi projekata.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

59	Financijska i ekonomska analiza projektnih ulaganja	novi	Analiza opravdanosti ulaganja u projekte obnovljivih izvora energije u Hrvatskoj	Analysing the feasibility of investments in renewable energy projects in Croatia	Temom je potrebno stražiti ekonomske i financijske aspekte ulaganja u projekte obnovljivih izvora energije poput solarnih panela ili vjetroelektrana na području Hrvatske. Poseban naglasak staviti na procjenu koristi i troškova kroz cost-benefit analizu (CBA), uključujući monetizaciju eksternalija poput smanjenja emisija stakleničkih plinova i utjecaja na lokalnu zajednicu. U praktičnom dijelu rada analizirati konkretan primjer takvog projekta u Hrvatskoj te procijeniti njegovu ekonomsku prihvatljivost.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
60	Financijske izvedenice	I novi i stari	Opcijske strategije na primjeru dionice/indeksa X	Option strategies on the example of a selected share/index	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Definiranje i opći opis opcijskih strategija; 3. Primjena opcijskih strategija na odabranom financijskom instrumentu; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Analizirati osnovne opcijske strategije. 2. Primijeniti strategije na dionicu/indeks X. 3. Procijeniti rizike i povrate. 4. Predložiti optimalne strategije za različite tržišne uvjete. Istraživačka pitanja su: 1. Kako različite opcijske strategije utječu na rizik i povrat portfelja temeljenog na dionici/indeksu X? 2. Koje su najefikasnije opcijske strategije za zaštitu ulaganja u dionicu/indeks X tijekom volatilnih tržišnih uvjeta? 3. Kako promjene u volatilnosti dionice/indeksa X utječu na cijene opcija i odabir strategija? 4. Koji su faktori ključni za odabir optimalne opcijske strategije za dionicu/indeks X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

61	Financijske izvedenice	I novi i stari	Analiza odabrane kategorije budućnosnica	Analysis of a selected category of futures contracts	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Opći opis budućnosnica kao financijskih instrumenata; 3. Analiza odabrane kategorije budućnosnica (npr. futuresi na naftu); 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Analizirati tržišne trendove, identificirati ključne faktore koji utječu na cijene, procijeniti rizike i prilike te predložiti strategije za optimizaciju ulaganja u odabranu kategoriju budućnosnica. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni faktori koji utječu na cijenu odabrane kategorije budućnosnica? 2. Kako se volatilnost odabrane kategorije budućnosnica mijenja tijekom vremena? 3. Koje su strategije trgovanja najefikasnije za odabranu kategoriju budućnosnica? 4. Kako makroekonomski pokazatelji utječu na performanse odabrane kategorije budućnosnica? 5. Koje su prednosti i rizici ulaganja u odabranu kategoriju budućnosnica u usporedbi s drugim finansijskim instrumentima?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	--	--	---	---------------	---------------	----------------	---

62	Financijske izvedenice	I novi i stari	Analiza odabrane burze financijskih izvedenica	Analysis of a selected derivatives exchange	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Povijest odabrane burze; 3. Statistika trgovanja; 4. Suvremeni trendovi; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Identificirati ključne trendove i obrasce na odabranoj burzi financijskih izvedenica, procijeniti utjecaj vanjskih faktora na tržišne cijene, te predložiti strategije za optimizaciju ulaganja i upravljanje rizicima. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni faktori koji utječu na volatilnost financijskih izvedenica na odabranoj burzi? 2. Kako se likvidnost financijskih izvedenica mijenja tijekom različitih tržišnih uvjeta na odabranoj burzi? 3. Koje su strategije trgovanja najuspješnije na odabranoj burzi financijskih izvedenica? 4. Kako regulacija utječe na trgovanje financijskim izvedenicama na odabranoj burzi? 5. Koje su razlike u performansama različitih vrsta financijskih izvedenica na odabranoj burzi?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	---	--	---	---------------	---------------	----------------	--

63	Financijske izvedenice	I novi i stari	Financijske izvedenice na Forexu	Financial derivatives on Forex	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o Forexu; 3. Opis najznačajnijih financijskih izvedenica na Forexu; 4. Statistika odabranog instrumenta; 5. Zaključak Ciljevi rada su: 1. Analizirati vrste financijskih izvedenica na Forex tržištu. 2. Istražiti mehanizme trgovanja i upravljanja rizicima. 3. Procijeniti utjecaj izvedenica na volatilnost i likvidnost tržišta. 4. Razviti strategije za optimizaciju korištenja izvedenica. Istraživačka pitanja su: 1. Kako financijske izvedenice utječu na volatilnost Forex tržišta? 2. Koje su strategije upravljanja rizikom najefikasnije pri korištenju financijskih izvedenica na Forexu? 3. Kako regulacija financijskih izvedenica utječe na stabilnost Forex tržišta? 4. Koji su faktori ključni za određivanje cijena financijskih izvedenica na Forexu? 5. Kako financijske izvedenice doprinose likvidnosti Forex tržišta?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	----------------------------------	--------------------------------	--	---------------	---------------	----------------	---

64	Financijske izvedenice	I novi i stari	Trgovanje financijskim izvedenicama u Republici Hrvatskoj	Trading with financial derivatives in Croatia	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Opis financijskog tržišta u Republici Hrvatskoj; 3. Analiza položaja financijskih izvedenica u Republici Hrvatskoj; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su analizirati tržište financijskih izvedenica u Hrvatskoj, identificirati ključne sudionike i instrumente, procijeniti regulatorni okvir te istražiti utjecaj izvedenica na financijsku stabilnost i gospodarstvo. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su najčešće korišteni financijski izvedenice u Republici Hrvatskoj? 2. Kako regulativa u Hrvatskoj utječe na trgovanje financijskim izvedenicama? 3. Koji su glavni rizici povezani s trgovanjem financijskim izvedenicama u Hrvatskoj? 4. Kako se hrvatska tržišta financijskih izvedenica uspoređuju s tržištima u drugim zemljama EU? 5. Koji su faktori koji utječu na odluke investitora pri trgovanju financijskim izvedenicama u Hrvatskoj?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	---	---	---	---------------	---------------	----------------	---

65	Financijske izvedenice	I novi i stari	Primjena indeksa volatilnosti	Applications of volatility indices	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o indeksima volatilnosti; 3. Analiza kretanja odabranog indeksa volatilnosti i njegov utjecaj na realnu ekonomiju; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su istražiti primjenu indeksa volatilnosti u financijskim tržištima, analizirati njegovu ulogu u predviđanju tržišnih kretanja te procijeniti njegovu učinkovitost kao alat za upravljanje rizikom. Istraživačka pitanja su: 1. Kako indeks volatilnosti utječe na predviđanje tržišnih kretanja? 2. Koje su prednosti i nedostaci korištenja indeksa volatilnosti u upravljanju rizicima? 3. Kako se indeks volatilnosti može integrirati u strategije ulaganja? 4. U kojoj mjeri indeks volatilnosti odražava ekonomske i političke događaje? 5. Kako različiti sektori reagiraju na promjene u indeksu volatilnosti?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	-------------------------------	------------------------------------	--	---------------	---------------	----------------	--

66	Financijske izvedenice	I novi i stari	Povijesni razvoj financijskih izvedenica	Historical development of financial derivatives	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o financijskim izvedenicama; 3. Razvoj trgovanja izvedenicama u Europi; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Istražiti povijesni kontekst i evoluciju izvedenica. 2. Analizirati ključne promjene i utjecaje na tržište izvedenica. 3. Identificirati glavne faze razvoja i inovacije u izvedenicama. 4. Procijeniti utjecaj povijesnih događaja na regulaciju izvedenica. Istraživačka pitanja su: 1. Kako su se izvedenice razvijale kroz povijest u različitim jezicima? 2. Koji su ključni faktori utjecali na evoluciju izvedenica u određenom jeziku? 3. Kako su društvene i kulturne promjene oblikovale razvoj izvedenica? 4. Koje su razlike u razvoju izvedenica između romanskih i germanskih jezika? 5. Kako su povijesni događaji utjecali na stvaranje novih izvedenica?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	--	---	--	---------------	---------------	----------------	--

67	Financijske izvedenice	I novi i stari	Modeli vrednovanja opcija	Option valuation models	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Povijest vrednovanja opcija; 3. Prikaz jedne odabrane metode vrednovanja opcija (Black-Scholes, Binomni model, itd.); 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Analizirati postojeće modele vrednovanja opcija. 2. Usporediti točnost i primjenjivost različitih modela. 3. Identificirati prednosti i nedostatke svakog modela. 4. Predložiti poboljšanja ili alternativne pristupe. Istraživačka pitanja su: 1. Koje su prednosti i nedostaci različitih modela vrednovanja opcija? 2. Kako se Black-Scholes model primenjuje u različitim tržišnim uslovima? 3. Na koji način volatilnost utiče na preciznost modela vrednovanja opcija? 4. Kako se binomski model vrednovanja opcija razlikuje od drugih modela u praksi? 5. Koji su faktori ključni za izbor odgovarajućeg modela vrednovanja opcija u specifičnim situacijama?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	---------------------------	-------------------------	--	---------------	---------------	----------------	--

68	Financijske izvedenice	I novi i stari	Financijske izvedenice u procesu sekuritizacije	Financial derivatives in the securitization process	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o sekuritizaciji; 3. Položaj financijskih izvedenica u procesu sekuritizacije; 4. Mogućnosti sekuritizacije u Hrvatskoj; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su istražiti ulogu financijskih izvedenica u procesu sekuritizacije, analizirati njihov utjecaj na financijska tržišta, te procijeniti rizike i koristi koje donose investitorima i izdateljima. Istraživačka pitanja su: 1. Kako financijske izvedenice utječu na proces sekuritizacije? 2. Koje su prednosti i rizici korištenja financijskih izvedenica u sekuritizaciji? 3. Kako regulacija utječe na upotrebu financijskih izvedenica u sekuritizaciji? 4. Na koji način financijske izvedenice doprinose likvidnosti sekuritiziranih proizvoda? 5. Kako se financijske izvedenice koriste za upravljanje rizicima u sekuritizaciji?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	---	---	--	---------------	---------------	----------------	---

69	Financijske izvedenice	I novi i stari	Analiza rizičnosti opcija korištenjem „grka“	Risk analysis of options using "Greeks"	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. „Grei“ kao mjere rizičnosti opcija; 3. Analiza „grka“ na primjeru konkretne opcije; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) Istražiti ulogu "grka" u procjeni rizičnosti opcija, 2) Analizirati utjecaj svakog "grka" na cijenu opcija, 3) Razviti modele za optimizaciju portfelja opcija koristeći "grke". Istraživačka pitanja su: 1. Kako različite "grke" utječu na procjenu rizičnosti opcija? 2. Koje su metode za kvantitativnu analizu osjetljivosti opcija na tržišne promjene? 3. Kako promjene u volatilnosti utječu na vrijednosti "grka" i ukupni rizik portfelja opcija? 4. Koja je uloga "grka" u strategijama upravljanja rizikom opcija?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
----	------------------------	----------------	--	---	---	---------------	---------------	----------------	--

70	Financijsko posredništvo	novi	Analiza rizika u poslovanju mirovinskih fondova u Hrvatskoj	Risk analysis of the operations of pension funds in Croatia	U ovom diplomskom radu student treba istražiti ključne rizike kojima su mirovinski fondovi izloženi te njihov utjecaj na poslovanje fondova. Posebna pozornost treba biti posvećena razumijevanju ciljeva poslovanja mirovinskih fondova i strategija koje se primjenjuju za smanjenje izloženosti rizicima, uz istovremeno ostvarivanje ciljeva ulaganja i performansi mirovinskih fondova. Od studenta se očekuje da primjenom kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja poput analize sekundarnih podataka, teoretske analize i studije slučaja dublje obradi mirovinske fondove kategorije A, uz popratnu analizu mirovinskih fondova kategorija B i C kako bi se dobio sveobuhvatan pregled njihovih karakteristika i pristupa upravljanju rizicima. Ovim radom nastoji se pridonijeti razumijevanju različitih aspekata upravljanja rizicima u mirovinskim fondovima te identificirati najbolje prakse za osiguranje financijske stabilnosti i dugoročne sigurnosti njihovih korisnika.	Doc.dr. sc.	Novaković	Dražen	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
----	--------------------------	------	---	---	--	-------------	------------------	---------------	---

71	Financijsko posredništvo	novi	Odlučivanje o upotrebi financijskih instrumenata na temelju analize kapitalne strukture poduzeća	Decision-making on the use of financial instruments based on an analysis of the company's capital structure	U ovom diplomskom radu od studenta se očekuje analiza mogućnosti koje stoje na raspolaganju poduzećima u Hrvatskoj po pitanju financiranja poslovanja. Stoga je cilj prikazati i analizirati financijske posrednike u Hrvatskoj i ponudu njihovih instrumenata te na praktičnom primjeru konkretnog poduzeća provesti analizu njegovog poslovanja kako bi se iznijeli zaključci o vezi kapitalne strukture poduzeća i odluke o upotrebi različitih financijskih instrumenata. Rad stoga treba sadržavati detaljnu horizontalnu i vertikalnu analizu financijskih izvještaja, izračun i interpretaciju ključnih financijskih pokazatelja te analizu ključnih financijskih rizika i prilika. Na temelju provedene analize kapitalne strukture konkretnog poduzeća od studenta se očekuje da iznese preporuke koje instrumente poduzeće može i treba izabrati, uz poželjnu generalizaciju preporuka za gospodarski sektor ili gospodarstvo uopće.	Doc. dr. sc.	Novaković	Dražen	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
72	Financijsko posredništvo	novi	Analiza promjena u strukturi financijskih posrednika u Republici Hrvatskoj	Analysis of changes in the structure of financial intermediaries in the Republic of Croatia	Financijski posrednici važan su element svakog financijskog sustava, a glavni motiv njihova postojanja i djelovanja jest ostvarivanje prinosa. Od studenta se u ovom diplomskom radu očekuje da teorijski opiše pojmove vezane uz financijske posrednike, odnosno da ih pojmovno definira, klasificira i navede nadzorne organe pojedinih financijskih posrednika. U praktičnom dijelu potrebno je utvrditi strukturu financijskih posrednika i ustanoviti je li ona adekvatna gospodarskom trenutku. Također, od studenta se očekuje	Doc. dr. sc.	Novaković	Dražen	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član

					da utvrdi prate li navedena struktura i promjene u njoj trendove u zemljama s razvijenijim financijskim sustavom te argumentira utvrđene stavove.				
73	Financijsko pravo	stari	Bankarski ugovori u svjetlu financijskog prava	Banking Contracts Under Financial Law	Pregled pravnih instrumenata za zaštitu klijenata bankarskih usluga, uključujući pravila o transparentnosti ugovora	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
74	Financijsko pravo	stari	Uloga financijskog prava u regulaciji kriptovaluta i blockchain tehnologija	The Role of Financial Law in Regulating Cryptocurrencies and Blockchain Technologies	Analiza pravnih okvira za regulaciju kriptovaluta i njihova usklađenost s financijskim zakonima	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
75	Financijsko pravo	stari	Financijskopравни aspekti zaštite potrošača u kreditnim odnosima	Financial-Legal Aspects of Consumer Protection in Credit Relationships	Analiza zakonskih odredbi za zaštitu potrošača u sklopu ugovora o kreditima, s fokusom na prava i obveze kreditora	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

76	Financijsko računovodstvo	novi	Primjena umjetne inteligencije u analizi financijskih izvještaja: Poboljšanje točnosti i učinkovitosti računovodstvenih procesa	Application of artificial intelligence in analysing financial reports: Improving the accuracy and efficiency of accounting processes	Student analizira kako primjena AI-a može unaprijediti transparentnost, ubrzati procese i smanjiti rizik od ljudskih pogrešaka u računovodstvenim izvještajima. U metodologiji, student koristi kombinaciju analize sekundarnih izvora i praktičnih primjera kako bi istražio potencijal AI-a u računovodstvu. Istraživanje uključuje pregled postojeće literature kako bi se identificirali ključni alati i tehnologije koje se koriste u analizi financijskih izvještaja poput strojnih algoritama, prirodnog jezika (NLP) za obradu tekstualnih podataka i automatiziranih sustava za detekciju grešaka. U raspravi, student analizira prednosti primjene umjetne inteligencije u analizi financijskih izvještaja kao što su automatsko prepoznavanje nepravilnosti, brža obrada podataka i mogućnost predviđanja financijskih ishoda. Student zaključuje kako primjena umjetne inteligencije donosi značajne prednosti u analizi financijskih izvještaja uključujući povećanje točnosti, ubrzanje procesa i smanjenje rizika od grešaka.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
----	---------------------------	------	---	--	--	---------------	--------------	------------	---

77	Financijsko računovodstvo	novi	Integracija strojnog učenja u prediktivnu analizu financijskih podataka: Nova era računovodstva	Integrating machine learning into the predictive analysis of financial data: A new era of accounting	Student istražuje prednosti primjene strojnog učenja u financijskom računovodstvu, uključujući smanjenje pogrešaka, povećanje učinkovitosti te pravovremeno prepoznavanje potencijalnih financijskih rizika. Za metodologiju, student koristi kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih metoda za prikupljanje i analizu podataka. U prvom koraku, student analizira relevantnu literaturu i identificira ključne algoritme strojnog učenja primjenjive u prediktivnoj analizi. Zatim, student koristi praktične primjere financijskih podataka iz stvarnog svijeta kako bi testirao odabrane algoritme, poput regresije, dubokog učenja i modela vremenskih serija. Proces uključuje evaluaciju performansi algoritama kroz metrike kao što su točnost predviđanja i preciznost. U raspravi, student analizira rezultate provedene analize i uspoređuje ih s postojećim praksama u prediktivnom financijskom računovodstvu. Raspravlja se i o etičkim i regulatornim izazovima poput transparentnosti algoritama i sigurnosti podataka. Konačno, student donosi zaključke o tome kako strojno učenje transformira financijsko računovodstvo s posebnim naglaskom na prediktivnu analizu.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
----	---------------------------	------	---	--	--	---------------	--------------	------------	---

78	Financijsko računovodstvo	novi	Komparativna analiza financijskog računovodstva u javnom i privatnom sektoru	Comparative analysis of financial accounting in the public and private sectors	Tema istražuje razlike i sličnosti u računovodstvenim praksama između javnog i privatnog sektora, s posebnim naglaskom na utjecaj regulatornog okvira, ciljeva poslovanja, organizacijske strukture i izvora financiranja na računovodstvene postupke, transparentnost i usklađenost s važećim standardima. Student analizira financijske izvještaje dvaju poduzeća – jednog iz javnog sektora i jednog iz privatnog sektora – kako bi detaljno istražio kako njihovi poslovni modeli, strateški prioriteti i obveze prema dionicima utječu na način upravljanja financijama i proces izrade izvještaja. Analiza obuhvaća ključne aspekte računovodstvene prakse, poput priznavanja i mjerenja prihoda i rashoda, upravljanja imovinom i obvezama, prikaza troškova te pridržavanja računovodstvenih standarda poput Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja (MSFI) i nacionalnih propisa. Student također istražuje ulogu računovodstvenih postupaka u donošenju strateških odluka, gdje je u privatnom sektoru naglasak na profitabilnosti i efikasnosti, dok javni sektor stavlja veći fokus na društvenu odgovornost, pružanje usluga građanima i transparentnost prema javnosti.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
----	---------------------------	------	--	--	--	---------------	--------------	------------	---

79	Financiranje poduzetničkog pothvata	Novi	Analiza poslovanja u svrhu pribavljanja vanjskih izvora financiranja	Business analysis for the purpose of obtaining external sources of financing	Cilj rada je objasniti ulogu praćenja ključnih pokazatelja poslovanja s ciljem pribavljanja vanjskih izvora financiranja. U teorijskom dijelu rada je potrebno pojasniti metodologiju koja se najčešće koristi u analizi poslovanja poslovnih subjekata kojima su potrebni vanjski izvori financiranja, te pojasniti 5K analizu koja se koristi u kreditnim procesima. U praktičnom dijelu rada je potrebno analizirati poslovanje odabranog poslovnog subjekta, te dati zaključak o uspješnosti poslovanja i vjerojatnosti vraćanja traženih vanjskih izvora financiranja.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
80	Financiranje poduzetničkog pothvata	Novi	Mikrokreditiranje - prvi korak k vanjskim izvorima financiranja	Microcrediting - the first step towards external sources of financing	Cilj rada je definirati i objasniti pojam mikrokreditiranja, te njegovu ulogu u financiranju poduzetnika početnika. U teorijskom dijelu rada je potrebno objasniti važnost ovog oblika financiranja za pokretanje poslovnih pothvata i razvoj poduzetništva, te napraviti distinkciju između kredita poslovnih ili razvojnih banaka i kredita pribavljenih kroz mikrokreditne institucije. U teorijskom dijelu rada je potrebno napraviti intervju s voditeljem, odnosno upraviteljem jedne kreditne unije u Republici Hrvatskoj i jednim korisnikom sredstava.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član

81	Financiranje poduzetničkog pothvata	Novi	Alternativni izvori financiranja na tržištu Republike Hrvatske	Alternative sources of financing on the market of the Republic of Croatia	Cilj rada je napraviti pregled dostupnih alternativnih izvora financiranja u Republici Hrvatskoj, te napraviti usporednu analizu njihovih prednosti i nedostataka. U teorijskom dijelu rada je potrebno detaljno pojasniti svaki od dostupnih izvora financiranja, te objasniti najčešće i najveće barijere koje priječe poduzetnike u njihovu pristupu navedenim izvorima financiranja. U teorijskom dijelu rada se potrebno podrobnije osvrnuti na <i>crowdfunding</i> , te prikazati proces pripreme kampanje s ciljem prikupljanja sredstava za financiranje poduzetničkih pothvata.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
82	Financiranje poduzetničkog pothvata	Novi	Rizični kapital u službi financiranja rasta i razvoja poduzeća	Venture capital in the service of financing the growth and development of companies	Cilj diplomskog rada je objasniti ulogu i važnost fondova rizičnog (venture) kapitala za financiranje rasta i razvoja poslovnih subjekata. U teorijskom dijelu rada je potrebno objasniti ovaj oblik financiranja, njegove prednosti i nedostatke u odnosu na druge izvore financiranja, dostupne poslovnim subjektima u fazi rasta i razvoja. U praktičnom dijelu rada je potrebno napraviti intervju s jednim korisnikom sredstava venture fondova, te provjeriti i pojasniti prednosti koje ovaj oblik financiranja nudi.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član

83	Financiranje poduzetničkog pothvata	Novi	Analiza poslovnog plana poduzetnika početnika s ciljem pribavljanja kreditnih sredstava	Analysis of a business plan for a new entrepreneurs with the aim of obtaining credit funds	Cilj diplomskog rada je objasniti važnost poslovnog plana za donošenje odluke o financiranju poduzetničkih pothvata poduzetnika početnika. U teorijskom dijelu rada se potrebno osvrnuti na ulogu i važnost poslovnog planiranja za poduzetnika, a potom i na poslovni plan kao ključni dokument za donošenje odluke o financiranju poduzetničkih pothvata za koje ne postoje podaci o prethodnom poslovanju. U radu se potrebno osvrnuti na ključne informacije koje poslovni plan treba komunicirati prema vanjskim investitorima. Praktični dio rada treba pružiti informacije o važnosti poslovnog plana za pribavljanje kreditnih sredstava, intervjuiranjem kreditnog referenta.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, zamjenski član
84	Franchising	Novi	Franšizno poslovanje McDonald's-a u svijetu	McDonald's and worldwide franchising	Diplomski rad daje pregled franšiznog poslovanja s posebnim naglaskom na poslovanje McDonaldsa diljem svijeta. U teorijskom dijelu rada potrebno je predstaviti koncept franšiznog poslovanja, njegove prednosti i nedostatke te pravnu regulativu. U empirijskom dijelu rada treba pokriti kako McDonald's posluje u različitim državama u svijetu, ključne razlike (menu, kultura...) te ukazati kako te razlike privlače odnosno odbijaju kupce.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica

85	Govorenje u javnosti	Stari	Uloga emocionalne inteligencije u javnom nastupu	The role of emotional intelligence in public speaking	U radu student istražuje pojam emocionalne inteligencije i načine njenog razvijanja, s posebnim osvrtom na emocionalnu inteligenciju u situacijama govorenja u javnosti, a u praktičnom dijelu korištenjem kvantitativnih metoda, istražuje mišljenje o značaju emocionalne inteligencije u komunikaciji kao i stupanj razvijenosti ove vještine kod studenata završne godine studija.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan Kőnig	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
86	Govorenje u javnosti	Stari	Obilježja uspješnih prezentacija	Analyses of successful presentations	Cilj rada je istražiti dostupnu literaturu o temi poslovnih prezentacija s posebnim naglaskom na obilježjima uspješnih prezentacija, a u praktičnom dijelu rada analizirati stvarne prezentacije drugih studenata ili prezentacije koje su dostupne na You Tube kanalu i na osnovi analiziranih prezentacija vrednovati i dati preporuke za uspješne prezentacije.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan Kőnig	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
87	Govorenje u javnosti	Stari	Poslovni razgovori: obilježja, vrste i savjeti za poboljšanje	Business conversation skills - features, types and tips for improvement	Cilj ovoga rada je istražiti važnost razgovora u poslovnom svijetu. Rad daje pregled literature o poslovnom razgovoru s i bez riječi, obilježjima i načinima razgovora te daje preporuke kako poslovni razgovor poboljšati, a na osnovi vlastitog promatranja autora.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan Kőnig	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

88	Inovacije u kreativnoj industriji	novi studijski program	Istraživanje stajališta o projektnom radu kao nositelju inovativnih rješenja u sektoru kreativne industrije Novi mediji	Opinion survey of of project work as a carrier of innovative solutions in the creative industry sector New media	Projektni rad usmjeren je na ostvarivanje projektnoga cilja, a provodi se u suradničkim aktivnostima i pod vremenskim, financijskim i organizacijskim ograničenjima. Cilj ovoga rada istražiti je stajališta projektnih dionika u djelatnostima kreativne industrije o karakteristikama projektnoga rada s naglaskom na ocjenjivanju uloge projektnih ograničenja u inovativnosti projektnih rješenja. U teorijskom dijelu rada daje se pregled spoznaja o projektnom radu i inovativnosti koja se očekuje kao rezultat projektnoga djelovanja. Metodologija rada opisuje izbor uzorka i primijenjenih kvantitativnih metoda istraživanja i analize stajališta dionika kreativne industrije koji su projektno zaposleni u sektoru Novi mediji.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. prof. dr. sc. Martina Briš, zamjenska članica
89	Inovacije u kreativnoj industriji	novi studijski program	Pametne europske prijestolnice turizma i inovativna rješenja u kategoriji „pristupačnost“	European Capitals of Smart Tourism and Innovative Solutions in the "Accessibility" Category	Pametne europske prijestolnice turizma inicijativa su Europske unije kojom se europski gradovi potiču na projektne aktivnosti usmjerene pristupačnosti, održivosti, digitalizaciji te kulturnoj baštini i kreativnosti. Cilj rada analizirati je inovativna rješenja prijavljenih natjecatelja u kategoriji „pristupačnost“ i utvrditi sektore kreativne industrije u kojima su se rješenja ostvarila. Inovativnost projektnog rješenja u kategoriji „pristupačnost“ razmatra se iz vizure ciljnih skupina kojima je rješenje usmjereno, broja i karakteristika sektora kreativne industrije uključenih u projektno rješenje te utvrđivanju drugih kategorija (održivost, digitalizacija te kulturna baština i kreativnost) kojima rješenje doprinosi.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član

90	Inovacije u kreativnoj industriji	novi studijski program	Pametne europske prijestolnice turizma i inovativna rješenja u kategoriji „održivost“	European capitals of Smart Tourism and Innovative Solutions in the "Sustainability" Category	Pametne europske prijestolnice turizma inicijativa su Europske unije kojom se europski gradovi potiču na inovativne aktivnosti usmjerene pristupačnosti, održivosti, digitalizaciji te kulturnoj baštini i kreativnosti. Cilj rada analizirati je inovativna rješenja prijavljenih natjecatelja u kategoriji „održivost“ i utvrditi sektore kreativne industrije u kojima su se rješenja ostvarila. Pri tome se održivost inovativnog rješenja promatra kao rezultat višedisciplinarnog projekta, a u analizi se utvrđuju razlozi koji projektno rješenje svrstavaju u inovativno rješenje kategorije održivost kao i u jednoj ili više preostalih natjecateljskih kategorija (održivost, digitalizacija te kulturna baština i kreativnost) pametnih europskih prijestolnica turizma.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član
91	Integrirana marketing komunikacija	Novi	Korištenje umjetne inteligencije u IMK	The Use of Artificial Intelligence in IMC	Cilj je detaljno istražiti kako AI rješenja (automatizirani sustavi, chatbotovi, personalizacija) mogu unaprijediti integriranu marketinšku komunikaciju i povećati učinkovitost brand-poruka. Teorijski dio uključuje pregled modela IMK i teorijskog okvira umjetne inteligencije, pri čemu je važno istaknuti ulogu personalizacije i brzine interakcije u kreiranju koherentne brand-komunikacije. Empirijski dio može obuhvaćati evaluaciju kampanja temeljenih na AI-u, prikupljanje podataka o percepciji potrošača (ankete, fokus-skupine) ili intervjue s marketinškim stručnjacima. Rezultate valja usporediti s tradicionalnim IMK metodama. Metodološki pristup često je mješovit: kvantitativni pristup	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

					omogućuje procjenu učinkovitosti i ROI, dok kvalitativni uvid pomaže u razumijevanju subjektivne percepcije i mogućih izazova pri implementaciji.				
92	Integrirana marketing komunikacija	Novi	Krizno komuniciranje unutar IMK	Crisis Communication within IMC	Cilj je ispitati kako se strategije kriznog komuniciranja mogu uspješno integrirati u cjelokupni koncept integrirane marketinške komunikacije te na koji način to utječe na opstanak i reputaciju branda. Teorijski dio obuhvaća načela IMK, modele kriznog komuniciranja i relevantne teorije iz područja reputacijskog menadžmenta, uz fokus na sinkronizaciju marketinških, PR i digitalnih kanala. Empirijski dio može se temeljiti na analizi prošlih kriznih slučajeva, promatranju aktualnih događaja ili provođenju simuliranih vježbi kriznog odgovora, uz metode poput sadržajne analize javnih priopćenja i anketa o povjerenju potrošača. Metodološki pristup uglavnom se bazira na kvalitativnim metodama (studije slučaja, analiza dokumenata), ali i kvantitativnim pokazateljima	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

					(mjerjenje reputacije, reakcija javnosti) radi stvaranja sveobuhvatnog uvida.				
93	Integrirana marketing komunikacija	Novi	Integracija AR/VR tehnologija u IMK	Integration of AR/VR Technologies in IMC	Cilj je analizirati na koji način proširena i virtualna stvarnost mogu obogatiti integriranu marketinšku komunikaciju te doprinijeti dubljem angažmanu potrošača. Teorijski dio treba pružiti pregled koncepata IMK, tehničkih karakteristika AR/VR sustava i teorijskih modela korisničkog iskustva, uz naglasak na kreativnost i storytelling u digitalnom okruženju. Empirijski dio može obuhvaćati evaluaciju postojećih kampanja koje koriste AR/VR tehnologije ili eksperimentalno istraživanje reakcija potrošača na inovativne marketinške poruke. Metodološki pristup često je mješovit, pri čemu se kvantitativno mjere razine zadovoljstva i angažmana, dok kvalitativna analiza (intervjui, promatranje) objašnjava motive i dojmove korisnika o novom načinu interakcije s brandom.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

94	Integrirana marketing komunikacija	Novi	Korištenje big data analitike u IMK	Using Big Data Analytics in IMC	Cilj je utvrditi kako se big data analitika može integrirati u strategije integrirane marketinške komunikacije radi preciznije segmentacije, personalizacije i optimizacije budžeta. Teorijski dio obuhvaća definiciju i karakteristike big data pojma, pregled IMK modela te teorije o učinkovitosti ciljanih marketinških poruka, uz razmatranje etičkih i pravnih aspekata obrade velikih količina podataka. Empirijski dio može se temeljiti na analizi konkretnih primjera tvrtki koje provode big data projekte u marketinške svrhe ili na kvantitativnoj analizi uspješnosti kampanja. Metodološki pristup primarno je kvantitativan (statističke metode, mjerenje ROI), no može uključivati i kvalitativne intervjue s marketinškim stručnjacima radi dubljeg razumijevanja izazova i prilika.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
95	Interkulturalni menadžment	Novi	Upravljanje kulturnim različitostima za inkluzivno radno okruženje	Managing Cultural Diversity for an Inclusive Work Environment	Diplomski rad istražuje kako organizacije mogu učinkovito upravljati kulturnim različitostima kako bi stvorile inkluzivno radno okruženje koje potiče suradnju, inovativnost i zadovoljstvo zaposlenika. Teorijski dio rada obuhvaća ključne koncepte inkluzivnosti, kulturne inteligencije i strategije za upravljanje raznolikošću, kao i pregled relevantnih modela poput Hofstedeovih dimenzija. Empirijski dio temelji se na analizi primjera dobre prakse u multinacionalnim kompanijama. Cilj je identificirati preporuke koje podržavaju inkluzivnost te omogućuju bolje iskorištavanje prednosti kulturne raznolikosti.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

96	Interkulturalni menadžment	Novi	Percepcija liderstva u različitim kulturama: teorijska analiza i pregled praksi	Perception of Leadership Across Cultures: A Theoretical Analysis and Review of Practices	Student u diplomskom radu istražuje kako različite nacionalne kulture oblikuju percepciju liderstva, koristeći Hofstedeov model kulturnih dimenzija kao teorijski okvir. Fokus je na razumijevanju razlika u očekivanjima zaposlenika prema liderima, uključujući uloge autoriteta, participativnosti i stilova komunikacije, u skladu s kulturnim karakteristikama poput udaljenosti moći, kolektivismu i izbjegavanja nesigurnosti. Teorijski dio rada obuhvaća pregled literature o interkulturalnom liderstvu i Hofstedeovim dimenzijama, dok će analiza postojećih praksi uključivati primjere i studije slučaja iz multikulturalnih organizacija. Cilj diplomskog rada je identificirati specifične izazove i prilike za razvoj liderstva u međunarodnom kontekstu te ponuditi smjernice za prilagodbu stilova vođenja u skladu s kulturnim razlikama.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica
97	Interkulturalni menadžment	Novi	Analiza organizacijske kulture kroz Scheinov model dimenzija u organizaciji XY	Analysis of Organizational Culture Through Schein's Model of Dimensions in Organization XY	Rad istražuje organizacijsku kulturu u organizaciji XY koristeći Scheinov model dimenzija, koji obuhvaća tri razine kulture: artefakte, vrijednosti i temeljne pretpostavke. Fokus je na analizi kako ove razine oblikuju ponašanje zaposlenika, upravljačke prakse i ukupnu organizacijsku klimu. Teorijski dio rada obuhvaća pregled Scheinovog modela i njegovu primjenu u razumijevanju organizacijske kulture, dok se u empirijskom dijelu, kroz kvalitativne metode poput intervjua i analize dokumenata, istražuje specifična kulturna	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

					obilježja organizacije XY. Cilj je identificirati snage i slabosti trenutne kulture te predložiti preporuke za njeno unapređenje u skladu s organizacijskim ciljevima.				
98	Interkulturalni menadžment	Novi	Uloga interkulturalnih kompetencija u vođenju multikulturalnih timova	The Role of Intercultural Competence in Leading Multicultural Teams	Diplomski rad istražuje važnost interkulturalne kompetencije kao ključnog čimbenika uspješnog vođenja multikulturalnih timova. Fokus rada je na analizi sposobnosti lidera da prepoznaju, prilagode se i učinkovito upravljaju kulturnim razlikama, s ciljem unapređenja timske dinamike, suradnje i postizanja zajedničkih ciljeva. Teorijski dio pruža pregled relevantne literature o interkulturalnoj kompetenciji, uključujući modele, alate i pristupe za njezin razvoj. Empirijski dio rada obuhvaća analizu postojećih praksi vođenja multikulturalnih timova u međunarodnim organizacijama, s primjerima uspješne primjene interkulturalnih vještina. Cilj rada je istražiti ulogu interkulturalne kompetencije u vođenju timova te razumjeti kako ona doprinosi učinkovitosti i uspjehu u multikulturalnim radnim okruženjima.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

99	IT menadžment	Stari	Uloga IT menadžmenta u održivom poslovanju i implementaciji zelenih tehnologija	The role of IT management in sustainable business and the implementation of green technologies	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti kako IT menadžment može doprinijeti održivom poslovanju, s naglaskom na ulogu tehnologija u smanjenju negativnog utjecaja na okoliš. To uključuje analizu zelenih tehnologija poput energetske učinkovitosti računarskih sustava, cloud computing-a, virtualizacije i recikliranja elektroničkog otpada, te njihovu primjenu u organizacijama kako bi se smanjile emisije CO2 i energetska potrošnja. U praktičnom dijelu, student treba analizirati konkretne primjere poduzeća koja su implementirala zelene tehnologije u IT infrastrukturi, poput prijelaza na energetske učinkovite servere, optimizaciju cloud resursa ili primjenu blockchaina za praćenje održivosti. Također, treba proučiti izazove s kojima se suočavaju IT menadžeri prilikom implementacije tih tehnologija, kao i mjerljive koristi za organizaciju, poput smanjenja troškova, povećanja energetske efikasnosti i boljeg ugleda na tržištu.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, član 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
----	---------------	-------	---	--	---	---------------	--------	-------	--

100	IT menadžment	Stari	Upravljanje promjenama u IT okruženju i njegov utjecaj na organizacijsku kulturu	Change management in the IT environment and its impact on organizational culture	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti pojmove upravljanja promjenama i organizacijsku kulturu te istražiti kako tehnološke promjene u IT okruženju (npr. implementacija novih sustava, digitalna transformacija) utječu na kulturu organizacije. To uključuje analizu teorija upravljanja promjenama, kao što su Kurt Lewinov model promjena ili Kotterov model, te kako one mogu pomoći u smanjenju otpora prema promjenama i poticanju prihvatanja novih tehnologija među zaposlenicima. U praktičnom dijelu, student treba analizirati konkretne primjere iz stvarnog poslovnog svijeta, gdje su organizacije provele IT promjene, poput migracije na nove softverske platforme ili implementacije cloud usluga, i kako su te promjene utjecale na organizacijsku kulturu (komunikaciju, suradnju, stil upravljanja). Također, student treba razmotriti kako IT menadžeri mogu upravljati otporom prema promjenama, pružiti obuku i podršku zaposlenicima te poticati pozitivne aspekte promjena. Na kraju, student treba predložiti preporuke za učinkovito upravljanje promjenama u IT okruženju i očuvanje ili unapređenje organizacijske kulture tijekom tih procesa.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, predsjednik 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
-----	---------------	-------	--	--	---	---------------	--------	-------	---

101	Kompenzacijski menadžment	stari	Uloga beneficiranog radnog staža u zadržavanju i motiviranju zaposlenika na primjeru policije	The role of beneficial service in retaining and motivating employees on the example of the police	U ovom završnom radu student će u okviru ciljeva istraživati i analizirati utjecaj beneficiranog radnog staža na slučaju policijskih službenika Policijske uprave osječko-baranjske i kroz anketu pokušati odgovoriti na istraživačka pitanja. Sekundarni ciljevi su usmjereni na analizu i usporedbu paketa nematerijalnih kompenzacija između državnih službi. Na taj način student će moći argumentirano izraditi zaključne preporuke vezane uz beneficije zaposlenika u policiji.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
102	Kompenzacijski menadžment	stari	Fiskalna autonomija gradova i općina i čimbenici utjecaja poreza na dohodak na plaće zaposlenika	Fiscal autonomy of cities and municipalities and factors affecting income tax on employee wages	U ovom diplomskom radu u okviru ciljeva fokus je usmjeren na fiskalnu autonomiju gradova i općina te rast plaća. Prmarni cilj je napraviti analizu fiskalnih čimbenika i promjena kod poreza na dohodak. Student će napraviti analizu na primjeru na tri grada i tri općine unutar Požeško-slavonske županije. Sekundarni clje je usmjeren na segment pravednosti raspodjele plaća u vidu zadovoljstva zaposlenika plaćama.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
103	Kompenzacijski menadžment	stari	Motivacija zaposlenika u računovodstvu u Osječko-baranjskoj županiji	Employee motivation in accounting in Osijek-Baranja county	U radu će se istražiti čimbenici motivacije zaposlenika u računovodstvu, s posebnim naglaskom na područje Osječko-baranjske županije. Cilj rada je analizirati materijalne i nematerijalne kompenzacije koje utječu na motivaciju zaposlenih te ocijeniti zadovoljstvo zaposlenika u promatranim servisima, njihovu motiviranost i zadovoljstvo. Kroz empirijsko istraživanje, provedeno anketama među zaposlenicima u računovodstvenim firmama, prikupit će se podaci potrebni za dublju analizu motivacijskih faktora. Metoda prikupljanja podataka biti će online upitnik.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

					U teorijskom dijelu, u radu će se razmatrati i teorije motivacije, kao i specifičnosti ove profesije. Na temelju rezultata istraživanja, dat će se preporuke za poboljšanje motivacije zaposlenika u tom sektoru.				
104	Kompenzacijski menadžment	stari	Politike plaća i nagrađivanja zaposlenika na primjeru poduzeća	Employee salary and reward policies on the example of a company	Fokus analize plaće i nagrađivanja je usmjeren na razmatranja o djelotvornosti i pravednosti sustava plaća te na daljnja istraživanja potencijalnih alternativnih pristupa definiranju sustava plaća kroz cjelovitu koncepciju nagrađivanja. U okviru ciljeva student treba napraviti analizu industrije koju istražuje, usmjerenu na materijalne i nematerijalne kompenzacije. Sekundarni ciljevi polaze od analize odabranih pravilnika o nagrađivanju nekoliko poduzeća. Isto tako će student napraviti anketu zaposlenika i na taj način doći do zaključaka vezanih uz pravednost sustava plaća i nagrađivanja.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

105	Kompenzacijski menadžment	stari	Sustav nagrađivanja i plaće vozača kamiona u transportu i distribuciji	Reward and salary system for truck drivers in transport and distribution	Ova tema nastoji obraditi materijalne i nematerijalne kompenzacije vozača kamiona u segmentu transporta i distribucije. Transport i distribucija spadaju u dijelove logističko distribucijskog lanca te će student napraviti pregled i usporednu analizu odabranih poduzeća koji se bave transportom i distribucijom u Republici Hrvatskoj. Predmet analize su plaće i sustav nagrađivanja, prije svega postoje li standardni sustavi nagrađivanja unutar poduzeća kao dio organizacijske kulture poduzeća. Ukoliko ne postoje, utječe li isto na motivaciju zaposlenika i lošiji radni učinak. Kroz anketno istraživanje će se nastojati doći do odgovora. Isto tako, potrebno je preispitati postojeći zakonski okvir i usporediti ga zakonskim okvirom koji postoji u segmentu građevine, gdje su značajno unaprijeđena materijalna i nematerijalna prava zaposlenika.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
106	Kontroling	novi	Značenje i mogućnosti primjene modela točke pokrića u određenoj djelatnosti	Importance and possibilities of applying the break-even point in a particular activity	Glavni su ciljevi ovoga rada teorijski definirati koncept točke pokrića i prikazati njegovu važnost u učinkovitoj uporabi resursa te analizirati primjenu modela točke pokrića u konkretnoj djelatnosti. U teorijskom dijelu student treba pojasniti temeljna načela točke pokrića, razlučiti fiksne i varijabilne troškove te ukazati na mogućnosti i ograničenja primjene ovog modela u praksi, dok u empirijskom dijelu rada treba prikazati primjenu modela u odabranoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj tijekom definiranog vremenskog razdoblja.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

107	Kontroling	novi	Budžetiranje kao alat kontrolinga za unaprjeđenje učinkovitosti	Budgeting as a controlling tool for improving efficiency	Tema se fokusira na istraživanje načina na koji budžetiranje doprinosi optimizaciji poslovnih procesa, identificirajući područja s potencijalom za poboljšanje učinkovitosti te eliminaciju nepotrebnih troškova. Empirijski dio rada usmjeren je na analizu stvarnih budžetskih podataka iz odabranog poduzeća kako bi se predložile konkretne strategije za poboljšanje sustava budžetiranja i donošenje učinkovitijih poslovnih odluka.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
108	Kontroling	novi	Kontroling i upravljanje troškovima u proizvodnim poduzećima	Controlling and cost management in manufacturing companies	Tema istražuje načine na koje kontroling pomaže identificirati aktivnosti koje dodaju vrijednost te one koje stvaraju nepotrebne troškove, s ciljem optimizacije resursa i povećanja profitabilnosti. Empirijski dio rada usmjeren je na analizu stvarnih troškovnih podataka iz odabranog proizvodnog poduzeća kako bi se predložile konkretne mjere za smanjenje troškova i unaprjeđenje poslovne učinkovitosti.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
109	Kontroling	novi	Važnost analize ponašanja troškova za donošenje poslovnih odluka	The importance of cost behavior analysis for business decision-making	Tema istražuje ulogu analize fiksnih, varijabilnih i miješanih troškova u donošenju strateških odluka, poput određivanja cijena, procjene profitabilnosti i planiranja potrošnje resursa. Empirijski dio rada fokusira se na analizu ponašanja troškova u odabranom poduzeću te predlaganje strategija za učinkovito upravljanje troškovima i poboljšanje financijskih rezultata.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

110	Konzultantstvo	Novi	Uloga konzultanta u procesima savjetovanja poduzetnika početnika	The role of consultants in the processes of advising novice entrepreneurs	Cilj diplomskog rada je pojasniti važnost savjetnika ili konzultanta u procesima pokretanja poslovnih pothvata i izbjegavanja najčešćih grešaka poduzetnika početnika. U teorijskom dijelu rada se potrebo osvrnuti na procese pokretanja poslovnih pothvata, te rizike na koje poduzetnik pri tome nailazi. Pri tome se može osloniti na savjete konzultanata koji mogu pomoći u izbjegavanju ili ublažavanju najčešćih grešaka. U praktičnom dijelu rada, potrebno je intervjuirati savjetnika bilo koje poduzetničke potpore institucije koji se svakodnevno susreće s poduzetnicima početnicima i savjetuje ih oko svih elemenata pokretanja poslovnih pothvata.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. prof. dr. sc. Julia Perić,predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3.prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica
111	Konzultantstvo	Novi	Izgradnja povjerenja kao preduvjet uspješnog konzultantskog procesa	Building trust as a prerequisite for a successful consulting process	Cilj diplomskog rada je objasniti važnost povjerenja u izgradnji odnosa na relaciji konzultant-klijent. U teorijskom dijelu nužno se osvrnuti na konzultantski proces, elemente uspješnog konzultantskog procesa, te značaj dobro definiranih odnosa u procesima konzultiranja. U praktičnom dijelu rada je potrebno ovom procesu prići s dvije strane: intervjuirati i klijenta i konzultanta o elementima konzultantskog procesa koji osiguravaju uspješan proces i zadovoljstvo klijenta.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. prof. dr. sc. Julia Perić,predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3.prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica

112	Konzultantstvo	Novi	Besplatna pravna i ekonomska pomoć poduzetnicima početnicima	Free legal and economic assistance to beginning entrepreneurs	Cilj rada je detaljno istražiti ponudu i ulogu pravnih i ekonomskih klinika u Republici Hrvatskoj i njihov značaj za poduzetnike u ranim fazama razvoja. U teorijskom dijelu rada je potrebno definirati pravne, ekonomske i pravno-ekonomske klinike, pojasniti zakonsku podlogu i njihovo djelovanje, kao i ulogu koju imaju kao prostor za stjecanje praktičnih znanja studenata, ali i pružanje savjetodavnih usluga. U praktičnom dijelu rada je potrebno napraviti komparativnu analizu usluga i aktivnosti pravnih, ekonomskih i pravno-ekonomskih klinika.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica
113	Konzultantstvo	Novi	Uloga poduzetničkih potpornih institucija u poticanju poduzetništva - poduzetnički akceleratori	The role of entrepreneurial support institutions in stimulating entrepreneurship - entrepreneurial accelerators	Cilj rada je pojasniti ulogu i aktivnosti poduzetničkih akceleratora i njihov značaj za poduzetnike početnike. U teorijskom dijelu rada je nužno definirati poduzetničke potporne institucije, te se osvrnuti na rad i ulogu svake pojedine vrste, kako je definirano samim Zakonom. U praktičnom dijelu rada potrebno je detaljno analizirati jedan poduzetnički akcelerator, te objasniti ulogu u pokretanju, financiranju i upravljanju poslovnim subjektima na samim počecima postojanja.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica

114	Konzultantstvo	Novi	Lobiranje kao aktivno sudjelovanje u procesima donošenja zakona i regulativa	Lobbying as active participation in the processes of passing laws and regulations	Cilj diplomskog rada je objasniti pojam lobiranja i njegovu ulogu u procesima donošenja zakona i regulativa. U teorijskom dijelu rada potrebno je razjasniti i detaljno pojasniti pojmove lobiranja i javnog zagovaranja, te objasniti razliku između lobiranja i korupcije. U radu se potrebno osvrnuti na zakon o lobiranju i registar lobista u Republici Hrvatskoj te analizirati broj lobiranja u interesu sektora malih i srednjih poduzeća. U praktičnom dijelu rada potrebno je detaljno analizirati aktivnosti lobiranja jednog lobiste ili organizacije koja se bavi lobiranjem, poput primjerice Hrvatske udruge poslodavaca.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica
115	Korporacijsko poduzetništvo	Novi	Organizacijska kultura u funkciji razvoja poduzetničke aktivnosti zaposlenika	Organisational culture in a function of developing entrepreneurial capacity of entrepreneurs	U diplomskom radu potrebno je istražiti na koji način organizacijska kultura utječe na poduzetničko ponašanje zaposlenika u korporacijama. Rad uključuje pregled recentne literature na temu korporacijskog poduzetništva i organizacijske kulture, te empirijsko istraživanje u kojem će se, temeljem primjene dijagnostičkog alata, analizirati organizacijska kultura korporacije i njen utjecaj na poduzetničko ponašanje zaposlenika.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić

116	Korporativne financije	novi i stari	Ocjena boniteta i financijska analiza tvrtki u odabranom sektoru	Assessment of credit rating and financial analysis of companies in the selected sector	Ocjena boniteta je proces kojim se prikupljaju i analiziraju informacije radi procjene financijskog položaja poduzeća i donošenja poslovnih odluka. Očekuje se da rad (putem analize teorijske podloge te analize primjera tvrtki iz odabrane industrije) doprinese razumijevanju značaja ocjene boniteta u donošenju informiranih korporativnih odluka, određivanju konkurentskih prednosti i planiranju proširenja poslovanja, što je i cilj rada. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su: Koji su ključni čimbenici koji utječu na bonitet velikih poduzeća u odabranoj industriji?; Na koji način metode procjene boniteta doprinose pouzdanosti ocjene financijske stabilnosti velikih poduzeća u odabranoj industriji? Od studenta/studentice se očekuje da u teorijskom dijelu rada sistematizira relevantnu literaturu o predmetnom području, dok se u empirijskom dijelu rada očekuje primjena metoda financijske analize i ocjene uspješnosti i stabilnosti poslovanja tvrtke (horizontalne i vertikalne analize, analize financijskih pokazatelja), primjena modela ocjene boniteta kao i procjena granice novog zaduživanja. Student/studentica bi trebao/la analizirati najmanje dvije značajne tvrtke iz prehrambene industrije koje posluju na području Republike Hrvatske kroz petogodišnje razdoblje.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	--	--	--------------------	------------------------	--------------	---

117	Korporativne financije	novi i stari	Utjecaj zelenog financiranja na razvoj održivog poslovanja gospodarskih subjekata	The impact of green financing on the development of sustainable business practices	Cilj ovog rada je analizirati utjecaj zelenog financiranja na razvoj održivog poslovanja kroz pregled financijskih i nefinancijskih koristi te instrumenata i strategija zelenog financiranja. Istraživačka pitanja na koja će se pokušati pronaći odgovor su: Na koji način različiti instrumenti zelenog financiranja, poput zelenih obveznica i kredita, doprinose razvoju održivog poslovanja?; Koji su glavni izazovi i ograničenja zelenog financiranja u Hrvatskoj u odnosu na inozemstvo? Uslijed navedenog, analiza ovog rada će se fokusirati na usporedbu financiranja s posebnim naglaskom na analizu zelenog financiranja odabranih poduzeća. Istraživanjem će se nastojati utvrditi na koji način ovaj oblik financiranja pridonosi povećanju energetske učinkovitosti i implementaciji obnovljivih izvora energije, te će se posebna pažnja posvetiti različitim strategijama kojima navedene tvrtke nastoje ostvariti ciljeve održivosti. Prikupljeni podaci iz godišnjih izvještaja i izvještaja o održivosti pružit će uvid u uspješnost tih strategija. Na temelju analize, istraživanje treba donijeti određene zaključke cjelokupnog rada te opisati prednosti i izazove zelenog financiranja u Hrvatskoj i inozemstvu.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	---	--	--	--------------------	------------------------	--------------	--

118	Korporativne financije	novi i stari	Analiza poslovanja i mogućnosti rasta odabranih konkurentskih poduzeća	Analysis of Business Operations and Growth opportunities of Selected Competing companies	Cilj rada je analizirati značaj financijske analize i ocjene boniteta u procjeni uspješnosti, stabilnosti i održivosti poslovanja te usporedbi tržišne pozicije u odnosu na odabrana konkurentska poduzeća. Istraživačka pitanja koja se pritom postavljaju su sljedeća: Na koji način financijski pokazatelji odražavaju uspješnost i stabilnost poslovanja te identificiraju li ključne razlike u financijskom poslovanju između konkurentskih poduzeća?; Koje su razine održive stope rasta (SGR) te kolika su dodatna sredstva potrebna za financiranje rasta prodaje (AFN) te kako se one odražavaju na njihove mogućnosti razvoja bez vanjskih izvora financiranja? Usljed navedenog od studenta/studentice se očekuje da istraži teorijsku podlogu vezanu za primjenu financijske analize i ocjene boniteta u procjeni konkurentske pozicije poduzeća, dok se u empirijskom dijelu rada očekuje provedba financijske analize, ocjene boniteta odabranih poduzeća kroz petogodišnje razdoblje (primjenom Altmanovog Z'-score modela i BEX modela) te procjena održive stope rasta i dodatno potrebnih sredstava za financiranje rasta prodaje odabranih konkurentskih tvrtki.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	--	--	--------------------	------------------------	--------------	---

119	Korporativne financije	novi i stari	Odrednice spajanja i pripajanja trgovačkih društava	The Determinants of Mergers and Acquisitions	Cilj ovog rada će biti analizirati ključne odrednice spajanja i pripajanja trgovačkih društava, uključujući njihove uzroke, procese i posljedice. Istraživačka pitanja koja će biti postavljena mogu obuhvatiti: Kako uspješno mjeriti i procijeniti postignuća nakon provedbe procesa spajanja i pripajanja?; Kako spajanja i pripajanja utječu na financijsku stabilnost, tržišni udio i konkurentnost poduzeća?. Od studenta/studentice se u radu očekuje da opiše mehanizme i funkcioniranje ovih vrlo čestih ekonomskih procesa te na aktualnim hrvatskim i/ili svjetskim primjerima analizira njihove uzroke i posljedice. K tome, očekuje se i posebna analiza primjera horizontalne i/ili vertikalne integracije poduzeća te iznošenje zaključka o uspješnosti provedenog procesa u smislu realizacije postavljenih ciljeva i ostvarenih sinergijskih efekata. U okviru rada se očekuje analiza sekundarnih izvora podataka koja obuhvaćaju medijske i objave za investitore prije i nakon provedbe spajanja ili pripajanja analiziranih društava, te provedba financijske analize (uspješnosti i stabilnosti poslovanja) najmanje petogodišnjeg razdoblja koje obuhvaća dvogodišnje razdoblje koje prethodi integraciji, godinu integracije te dvogodišnje razdoblja poslovanja nakon provedene integracije.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	---	--	---	--------------------	------------------------	--------------	--

120	Korporativne financije	novi i stari	Strategije financiranja i razvoja u industriji videoigara: analiza potencijala i izazova	Financing and Development Strategies in the Video Game Industry: an Analysis of Potential and Challenges	Cilj ovog rada je analizirati tržište i istražiti izvore financiranja koji su na raspolaganju poduzećima koje se bave razvojem videoigara u Republici Hrvatskoj, proučiti razvojne trendove i procijeniti perspektive budućeg rasta. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su: Kako poduzeća u industriji videoigara koriste dostupne izvore financiranja za razvoj svojih projekata? te Koji su ključni izazovi s kojima se poduzeća suočavaju u procesu financiranja i razvoja u industriji videoigara? U istraživačkom dijelu rada koristit će se dubinski intervjui s poduzetnicima kako bi se stekao dublji uvid o izazovima poslovanja na tržištu videoigara. Također će se analizirati dostupni sekundarni podaci, statističke analize i komparativni pregledi. U okviru rada bit će i predstavljene odrednice poslovanja odabranih tvrtki te će biti provedena vertikalna i horizontalna analiza financijskih izvješća te izračun financijskih pokazatelja koji u odnos stavljaju promatrane veličine koje predstavljaju temeljno polazište za ispitivanje i provođenje istraživanja o uspješnosti i stabilnosti poslovanja poslovnih subjekata u promatranoj industriji. Financijski podaci odabranih poduzeća analizirati će u okviru petogodišnjeg razdoblja.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	--	---	--------------------	------------------------	--------------	--

121	Korporativne financije	novi i stari	Efekti održivog financiranja na poslovanje – studija slučaja	The Effects of Sustainable Financing on Business activities - a Case study	Cilj ovog rada je istražiti utjecaj održivog financiranja na financijske performanse poslovnih projekata te analizirati razlike između projekata financiranih održivim izvorima i projekata financiranih uobičajenim tržišnim izvorima. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su sljedeća: Koji su glavni izazovi i prednosti implementacije održivog financiranja za poslovne projekte? te Postoji li razlika u financijskim performansama projekata financiranih održivim izvorima u odnosu na projekte financirane uobičajenim tržišnim izvorima? Kroz studiju slučaja na financijskom planu projekta, potrebno je usporediti financijske efekte korištenja uobičajenih, tržišnih, izvora financiranja s financijskim efektima korištenja održivih izvora financiranja. Ovim istraživanjem želi se utvrditi u kojoj mjeri okolišni efekti čine investiciju "održivom", koliko su u poslovanju značajni financijski efekti "održivog" financiranja te doprinose li i u kojoj mjeri financijskoj uspješnosti poslovanja.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	--	---	--------------------	------------------------	--------------	--

122	Korporativne financije	novi i stari	Analiza procesa restrukturiranja odabranih trgovačkih društava	Analysis of the Restructuring Process of Selected Companies	Cilj ovog rada je analizirati ključne elemente i sudionike procesa restrukturiranja trgovačkih društava kroz pregled aktualnih primjera iz Hrvatske i/ili inozemstva, s posebnim naglaskom na identifikaciju čimbenika koji utječu na uspješnost tih procesa. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu ostaviti su sljedeća: Koji su glavni izazovi s kojima se suočavaju trgovačka društva tijekom procesa restrukturiranja? te Koji čimbenici određuju uspješnost restrukturiranja u odabranoj industriji? Od studenta/studentice se uz teorijski pregled relevantne literature očekuje pregled osnovnih obilježja i sudionika procesa restrukturiranja te provedba detaljne analize na aktualnim hrvatskim i/ili stranim primjerima na temelju kojih je moguće argumentirati činitelje koji određuju uspješnost procesa. Pritom se od studenta/studentice očekuje analiza primjera restrukturiranja poduzeća iz odabrane industrije.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	---	---	--------------------	------------------------	--------------	--

123	Korporativne financije	novi i stari	Preuzimanje trgovačkih društava korištenjem financijske poluge	Acquisition of Companies using Financial leverage	Cilj rada je analizirati proces preuzimanja trgovačkih društava korištenjem financijske poluge (<i>leveraged buyouts</i> - LBO). Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su: Koje su ključne zakonske odrednice i regulative relevantne za LBO transakcije? te Koje su glavne razlike između LBO-a i ostalih oblika preuzimanja trgovačkih društava? Od studenta/studentice se u radu očekuje da analizira funkcioniranje ovog oblika preuzimanja, iznese temeljne zakonske odrednice, usporedi ga s ostalim oblicima preuzimanja te na primjerima iz prakse argumentira njegove pozitivne i negativne karakteristike. Pritom će biti primijenjena analiza relevantne literature s ciljem sistematizacije postojećeg znanja, korišteni sekundarni izvori podataka te analiza konkretnih primjera iz prakse uz primjenu statističke i financijske analize.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	--	---	--	--------------------	------------------------	--------------	--

124	Korporativne financije	novi i stari	Inicijalna javna ponuda dionica (IPO) odabranog društva	Initial public offering (IPO) of the selected company	Rad će obuhvatiti IPO odabrane kompanije koja je izdala dionice na Zagrebačkoj burzi. Cilj ovog rada je analizirati proces inicijalne javne ponude (IPO) tvrtke SPAN d.d. s posebnim fokusom na utjecaj IPO-a na poslovanje društva, učinkovitost korištenja prikupljenog kapitala te uspješnost IPO-a mjerenu financijskim pokazateljima i tržišnom cijenom dionica. U tu svrhu postavljena su istraživačka pitanja: Za koju svrhu je iskorišten prikupljeni kapital društva i je li iskorišten u skladu s planom? Očituje li se uspješnost postupka kroz financijske pokazatelje i kroz tržišnu cijenu dionica? Zadatak studenta/studentice je istražiti relevantnu literaturu s ciljem sistematizacije teorijske podloge o predmetnoj temi te istražiti slučaj iz prakse pri čemu je potrebno analizirati poslovanje društva nakon provedbe IPO-a te uspješnost u korištenju novog kapitala. Navedeno je potrebno postići kroz analizu samog procesa provedbe IPO-a odabranog društva, analizu poslovanja društva prije IPO-a te analizu promjena u poslovanju društva nakon IPO-a. Također će biti analizirano kretanje cijene dionica nakon njihovog uvrštavanja na Zagrebačku burzu.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član
-----	------------------------	--------------	---	---	--	--------------------	------------------------	--------------	---

125	Kreativnost i inovativnost	Stari	Kreativno razmišljanje u funkciji povećanja radne angažiranosti	Creative Thinking as a Function of Enhancing Employee Engagement	Cilj rada je istražiti kako kreativno razmišljanje utječe na osobnu radnu angažiranost ili mogućnosti karijernog napredovanja. U teorijskom dijelu rada sistematično se predstavlja koncept kreativnog razmišljanja, njegove osnovne karakteristike, čimbenike te načine razvijanja kreativnog razmišljanja. Izložit će se rezultati znanstvenih istraživanja fokusiranih na povezanost kreativnog razmišljanja i povećanja radne angažiranosti ili mogućnosti napredovanja. Korištenjem studije slučaja potrebno je interpretirati stavove zaposlenika i menadžera o kreativnom rješavanju problema i čimbenicima koji pridonose takvom pristupu poslovnim zadacima, te utvrditi kako mogućnost kreativnog rješavanja problema utječe na karijerne ambicije ispitanika. Rezultati istraživanja raspraviti će se u odnosu na teorijski okvir, nakon čega će se izložiti prijedlozi i preporuke.	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. prof. dr.sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
-----	----------------------------	-------	---	--	--	---------------	---------	-------	---

126	Kreditna analiza	novi	Analiza ključnih elemenata financiranja u procjeni kreditnog zahtjeva na primjeru odabranog poduzeća	Analysis of key financing elements in the evaluation of credit applications: a case study of a selected company	Student će provesti analizu kreditnog procesa na odabranom poduzeću, pri čemu će se fokusirati na identifikaciju ključnih elemenata financiranja u skladu s financijskim potrebama poduzeća. Poseban naglasak stavljen je na istraživanje različitih vrsta financiranja (kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog) i njihovih specifičnosti u kontekstu procjene kreditnih zahtjeva. Ciljevi rada uključuju primjenu teorijskih znanja o financijskim instrumentima i kreditnim procesima, razvoj sposobnosti interpretacije i analize financijskih izvještaja u svrhu donošenja zaključaka o kreditnoj sposobnosti poduzeća te razumijevanje utjecaja regulatornih promjena na procese odobravanja kredita. Student će razviti vještine kritičkog promišljanja i rješavanja problema u dinamičnim tržišnim uvjetima, uz preporuke za optimizaciju kreditnih procedura.	doc. dr. sc.	Bičvić	Dina	1. izv.prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dina Bičvić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
-----	------------------	------	--	---	---	--------------	---------------	-------------	--

127	Kreditna analiza	novi	Modeli ocjene rizičnosti u bankarstvu i njihovi utjecaji na kreditnu proceduru	Risk assessment models in banking and their impacts on credit procedures	Student će analizirati ključne skupine rizika u bankarskom sustavu, s posebnim naglaskom na modele procjene rizičnosti i njihov utjecaj na kreditne procedure u Republici Hrvatskoj. Ciljevi rada uključuju istraživanje teorijskog i zakonodavnog okvira za upravljanje rizicima, identifikaciju promjena u kreditnim procedurama u posljednjem desetljeću te analizu regulatornih zahtjeva vezanih uz procjenu rizičnosti. Student će provesti komparativnu analizu upravljanja rizicima u bankarskom sektoru i poslovnim procesima poduzeća, s fokusom na kreditne odnose. Radom će se istražiti učinkovitost postojećih modela procjene rizičnosti te ponuditi preporuke za njihovu prilagodbu ili unaprjeđenje. Analizom konkretnih slučajeva student će razviti vještine procjene utjecaja rizika na poslovanje financijskih institucija i poduzeća, kao i sposobnost donošenja strateških odluka u dinamičnim tržišnim uvjetima.	doc. dr. sc.	Bičvić	Dina	1. izv.prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dina Bičvić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
-----	------------------	------	--	--	---	--------------	---------------	-------------	--

128	Kreditna analiza	novi	Uloga i primjena ESG standarda u procesu kreditne analize	The role and application of ESG standards in credit analysis	Student će istražiti razvoj ESG standarda i primjenu istih u korporativnom i bankarskom sektoru, s posebnim naglaskom na utjecaj tih standarda na kreditne procese. Ciljevi rada uključuju analiziranje ključnih aspekata ESG standarda u kontekstu kreditne analize, izradu pregleda njihove implementacije u Republici Hrvatskoj te usporedbu sa sličnim praksama na europskoj razini. Student će istražiti promjene u kreditnim procedurama proizašle iz primjene ESG standarda, uključujući njihov utjecaj na odluke poduzeća i financijskih institucija. Kroz praktičnu analizu, student će ocijeniti očekivane učinke ESG standarda na procese odobravanja kredita, s posebnim osvrtom na održivo poslovanje i prilagodbu regulatornim zahtjevima.	doc. dr. sc.	Bičvić	Dina	1. izv.prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dina Bičvić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
-----	------------------	------	---	--	--	--------------	---------------	-------------	--

129	Krizni menadžment i promjene	Novi	Krizni menadžment u digitalnoj eri	Crisis management in the digital era	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti osnovne pojmove kriznog menadžmenta, s naglaskom na specifičnosti upravljanja krizama u digitalnom okruženju. To uključuje analizu kako tehnologija, poput društvenih mreža, big data, umjetne inteligencije i drugih digitalnih alata, utječe na krizne situacije, komunikaciju i donošenje odluka. Student treba istražiti kako digitalizacija mijenja načine identifikacije, praćenja i upravljanja krizama, kao i kako organizacije koriste tehnologiju za brže reagiranje, unapređenje krizne komunikacije i minimiziranje štete. U praktičnom dijelu, student treba analizirati konkretne primjere kriznih situacija u digitalnom okruženju, kao što su cyber napadi, krizne situacije uzrokovane neadekvatnim upravljanjem podacima ili krizne komunikacije putem digitalnih kanala. Proučiti kako su organizacije koristile digitalne tehnologije za krizno upravljanje i koje su bile posljedice tih reakcija.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, predsjednik 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
-----	------------------------------	------	------------------------------------	--------------------------------------	---	---------------	--------	-------	--

130	Krizni menadžment i promjene	Novi	Prilagodba poslovnih modela tijekom kriznih razdoblja	Adapting business models during times of crisis	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti osnovne koncepte poslovnih modela i kriznog menadžmenta, s naglaskom na to kako krize (gospodarske, političke, prirodne katastrofe) utječu na poslovne modele organizacija. Treba istražiti različite teorije i pristupe prilagodbi poslovnih modela, uključujući promjene u strategiji, proizvodnji, distribuciji, poslovnoj strukturi i tržištu. Student također treba analizirati kako organizacije mogu koristiti inovacije, digitalizaciju i fleksibilnost za brzo prilagođavanje tijekom krize. U praktičnom dijelu, student treba analizirati konkretne primjere organizacija koje su uspješno prilagodile svoje poslovne modele tijekom kriznih situacija, kao što su promjena poslovnih procesa, prijelaz na online prodaju ili inovacije u proizvodnji. Proučiti kako su te promjene utjecale na financijske rezultate, dugoročnu održivost i konkurentnost organizacija.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, predsjednik 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
131	Laboratorij kritičkog razmišljanja	Novi	Povezanost razine kritičkog razmišljanja i akademske uspješnosti	The relationship between the level of critical thinking and academic performance	Cilj diplomskog rada je empirijski provjeriti odnos i moguću povezanost između razine vještina kritičkog razmišljanja pojedinca i akademskog uspjeha mjerenog prosjekom ocjena. Teorijski rad obuhvaća Bloomovu taksonomiju kognitivnog razvoja i teorije o odnosu kritičkog razmišljanja i obrazovnih postignuća. U istraživačkom dijelu, na uzorku studenata različitih smjerova, ocijeniti će se vještine kritičkog razmišljanja putem odabranih testova (npr. Watson-Glaser test) i usporediti	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica

					rezultate s ocjenama i postignućima studenata.				
132	Laboratorij kritičkog razmišljanja	Novi	Kritičko razmišljanje i medijska pismenost	Critical thinking and media literacy	Cilj diplomskog rada je teorijski i empirijski ispitati ulogu i važnost medijske pismenosti kao preduvjeta razvoja vještina kritičkog razmišljanja. Teorijski, rad obuhvaća teorije medijske pismenosti (npr. Potterova teorija medijske pismenosti) i kritičkog razmišljanja. Ova tema zahtijeva eksperimentalno istraživanje u kojem se studentima prikazuju vijesti (prave i lažne), te se njihova sposobnost razlikovanja analizira se u korelaciji s razinom razvijenih vještina kritičkog razmišljanja (mjenjenih pomoću standardiziranih testova).	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica
133	Laboratorij kritičkog razmišljanja	Novi	Uloga emocionalne inteligencije u razvoju kritičkog razmišljanja kod studenata	The role of emotional intelligence in the development of critical thinking in students	Cilj diplomskog rada je ispitati ulogu i povezanost emocionalne inteligencije pojedinca i stupnja razvoja njegovih vještina kritičkog razmišljanja. Teorijski rad povezuje teorijske okvire poput Golemanove teorije emocionalne inteligencije i teorijske modele kritičkog razmišljanja. Istraživački dio rada obuhvaća istraživanje koje analizira rezultate testova emocionalne inteligencije i kritičkog razmišljanja unutar	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. doc. dr. sc. Dražen Novaković, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica

					studentske populacije, uzimajući u obzir utjecaj demografskih varijabli.				
134	Liderstvo	Novi	Samomotivacija i motivacija drugih kao temeljne liderske vještine	Self-motivation and motivation of leaders	Rad treba analizirati proces kako sam sebe motivirati i kako efikasno utjecati na motivaciju drugih ljudi te prikazati strategije motivacije sebe i svojih zaposlenika. Cilj je rada istražiti kako pratiti u kojoj mjeri se razina motivacije djelatnika pozitivno ili negativno odrazila na njihove individualne rezultate te na uspješnost organizacije.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv.prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
135	Liderstvo	Novi	Utjecaj liderskih vještina na upravljanje ljudima	The impact of leadership on human resource management	Rad treba analizirati kompletnu ulogu menadžera kao lidera po pitanju upravljanja ljudskim resursima u današnjem, sve dinamičnijem poslovnom okruženju. Cilj je rada usporediti utjecaj najvažnijih liderskih vještina na proces upravljanja zaposlenicima i poslovne rezultate poduzeća.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv.prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
136	Liderstvo	Novi	Liderske tehnike manipulacije	Manipulation techniques	Rad treba analizirati najvažnije i najučestalije tehnike manipulacije koje lider može koristiti kao način poticanja odnosno usmjeravanja određenih aktivnosti zaposlenika prema ostvarenju vlastitih i/ili organizacijskih ciljeva, ali također i kao način stvaranja socijalnog utjecaja u poduzeću na međuljudske odnose radnika. Cilj je rada pokazati kako iskoristiti nesrazmjernu moć u svrhu ostvarivanja svojih ciljeva	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv.prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica

					kao menadžera i ciljeva poslovne organizacije.				
137	Liderstvo	Novi	Liderske tehnike postizanja moći i autoriteta	Leadership techniques of power and authority	Rad treba analizirati mogućnosti koje lider ima u procesima razvijanja svojih sposobnosti utjecaja na druge osobe i kontroliranja njezinih aktivnosti, kao i postizanja visoke razine autoriteta koji je čvrst i stalan kako bi njegovi zaposlenici ili podređeni izvršavali zadane naredbe i provodili donesene odluke. Cilj je rada usporediti situacije iz kojih moć i autoritet proizlaze, ali i niz tehnika pomoću kojih lider može svoj položaj moći i autoriteta kontinuirano održavati i povećavati.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
138	Liderstvo	Novi	Liderske tehnike upravljanja timovima	Team management leadership	Rad treba analizirati kako lider dobrim upravljanjem timom može postići da članovi tima zajedno i složno rješavaju probleme te da imaju zajedničke ciljeve kao i kako lider može razvijati tim u više područja te poboljšavati njihovu međusobnu komunikaciju. Cilj je rada istražiti u kojoj mjeri o lideru kao voditelju tima i njegovu načinu upravljanja timom ovisi hoće li tim biti uspješan, odnosno hoće li se interakcijom članova tima dogoditi sinergijski efekt.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica

139	Liderstvo	Novi	Važnost emocionalne inteligencije u liderstvu	Emotional intelligence in leadership	Rad treba analizirati u kojoj mjeri emocionalna inteligencija ima značajnu ulogu u pridobivanju potrebnih informacija usmjerenih u svrhu razvijanja pojedinca te poslovnog subjekta kojem je pojedinac kao lider na čelu kao i koliki je značaj emocionalne inteligencije za lidera u vođenju poslovanja. Cilj je rada istražiti utjecaj emocionalne inteligencije lidera na procese prepoznavanja potreba zaposlenika.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
140	Liderstvo	Novi	Liderske vještine upravljanja međuljudskim odnosima	Leadership of interpersonal relationships	Rad treba analizirati psihološke aspekte odnosa među ljudima te prikazati mogućnosti vlastitog utjecaja na njihovo poboljšanje, kao i pokazati da loši interpersonalni odnosi u organizaciji imaju vrlo mjerljiv negativan financijski učinak i donose više štete od loših poslovnih odluka. Cilj je rada usporediti najvažnije liderske vještine i njihov mogući utjecaj na prevladavanje negativnih međuljudskih odnosa na poslu.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
141	Liderstvo	Novi	Komunikacijske vještine lidera	Leadership communication skills	Rad treba analizirati važnost komunikacijskih vještina za uspješnost liderstva te koliko je u tome procesu nužna sposobnost aktivnog slušanja te visoke razine asertivnosti. Rad također treba objasniti u kojoj mjeri komunikacijske vještine lidera podrazumijevaju da zna kako graditi međusobne odnose brzo i učinkovito te razvijati dobre i čvrste veze sa drugima. Cilj je rada istražiti u kojoj su mjeri komunikacije vještine nužne da bi se izgradila karizma lidera te na koji način razviti vještine davanja svoga mišljenja drugima o njihovoj osobnoj izvedbi na način da to bude konstruktivno, a ne destruktivno.	prof. dr. sc.	Požega	Željko	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Željko Požega, član 3. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica

142	Logistički dizajn opskrbnog lanca	Novi	Umjetna inteligencija u dizajnu opskrbnog lanca	Artificial Intelligence in Supply Chain Design	Ova tema istražuje kako tehnologije umjetne inteligencije (AI) transformiraju dizajn opskrbnog lanca poboljšanjem donošenja odluka, povećanjem učinkovitosti i omogućavanjem veće prilagodljivosti tržišnim promjenama. AI tehnologije kao što su prediktivna analitika, strojno učenje i algoritmi za optimizaciju mogu pojednostaviti operacije, smanjiti troškove i podržati održive prakse u mrežama opskrbnog lanca. Cilj je istražiti ulogu umjetne inteligencije u optimizaciji dizajna opskrbnog lanca i procijeniti njezin utjecaj na operativnu izvedbu, smanjenje troškova i fleksibilnost u prilagodbi poremećajima ili fluktuacijama potražnje. Kao istraživačka pitanja može se istaknuti sljedeće: • koje su ključne prednosti i izazovi integriranja umjetne inteligencije u upravljanje opskrbnim lancem? • kako dizajn opskrbnog lanca vođen umjetnom inteligencijom funkcionira u usporedbi s tradicionalnim pristupima? • koji čimbenici utječu na uspješno usvajanje umjetne inteligencije u dizajnu opskrbnog lanca u različitim industrijama? Zbog same teme rada, analiza će se vjerojatno temeljiti na sekundarnim izvorima, ali moguće je i provesti studije slučaja ili tehnikama modeliranja kako bi se pružili korisni uvidi.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	-----------------------------------	------	---	--	--	--------------	------------	--------	---

143	Logistički dizajn opskrbnog lanca	Novi	Utjecaj digitalne transformacije na opskrbne lance industrije "x"	The impact of digital transformation on supply chains of industry "x"	Tema istražuje kako digitalna transformacija utječe na operacije opskrbnog lanca u određenoj industriji (npr. maloprodaja, proizvodnja, zdravstvo, automobilska ili građevinska industrija). Ispituje usvajanje tehnologija kao što su IoT, blockchain, AI i analitika podataka kako bi se poboljšala učinkovitost, transparentnost i otpornost. Rad bi također trebao identificirati izazove i prilike koje te tehnologije predstavljaju u poticanju inovacija i konkurentnosti unutar odabrane industrije. Cilj je analizirati utjecaj digitalne transformacije na učinkovitost lanca opskrbe, fleksibilnost i stvaranje vrijednosti u industriji "X" i identificirati ključne čimbenike i prepreke uspješnoj implementaciji. Nastojeći će se odgovoriti na pitanja kako je digitalna transformacija utjecala na operativnu učinkovitost i donošenje odluka u opskrbnim lancima industrije "X"; koji su primarni izazovi s kojima se suočava industrija "X" u implementaciji digitalnih rješenja te kako digitalne tehnologije pridonose stvaranju otpornijih lanaca opskrbe usmjerenih na kupce u industriji "X"? Praktični dio može uključivati studije slučaja specifične za industriju, intervju sa stručnjacima iz opskrbnog lanca ili komparativnu analizu trendova digitalnog usvajanja u sličnim industrijama.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	-----------------------------------	------	---	---	---	--------------	------------	--------	--

144	Logistički dizajn opskrbnog lanca	Novi	Agilnost i održivost u modnim opskrbnim lancima	Agility and Sustainability in Fashion Supply Chains	Tema istražuje logističke izazove u modnoj industriji, uključujući sezonske fluktuacije potražnje, preferencije potrošača koje se brzo mijenjaju i složenost globalnih opskrbnih lanaca. Usredotočen je na pitanja kao što su upravljanje zalihama, rokovi isporuke, povratna logistika za povrate i integracija održivih praksi. U radu je također potrebno istražiti strategije za poboljšanje agilnosti i osjetljivosti u modnoj logistici kako bi se ispunili zahtjevi brze mode i ciljevi održivosti. Cilj je analizirati logističke izazove specifične za modnu industriju i procijeniti strategije za stvaranje učinkovitih, agilnih i održivih opskrbnih lanaca. Pokušat će se odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja: • kako varijabilnost potražnje i sezonalnost utječu na logističke operacije u modnoj industriji? • koje su primarne logističke prepreke postizanju održivosti u modnom opskrbnom lancu? • kako modni brendovi mogu optimizirati svoje logističke operacije kako bi uravnotežili troškovnu učinkovitost, brzinu i zadovoljstvo kupaca? Praktični dio može uključiti studije slučaja ili provođenje primarnog istraživanja na menadžerima u industriji ili kupcima.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	-----------------------------------	------	---	---	---	--------------	------------	--------	---

145	Logistički dizajn opskrbnog lanca	Novi	Strateško planiranje opskrbe mreže – analiza slučaja	Strategic supply chain planning - case analysis	U teorijskom dijelu rada potrebno je analizirati suvremenu literaturu s fokusom na specifičnosti strateškog planiranja opskrbe mreže za industriju u kojoj se nalazi izabrani primjer. U praktičnom dijelu rada, na primjeru jednostavnog proizvodnog programa potrebno je provesti analizu svih relevantnih čimbenika oblikovanja opskrbnog lanca i predložiti strateški plan za poželjnu arhitekturu opskrbnog lanca odnosno opskrbe mreže.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
146	Logistika u trgovini	Novi	Logistički izazovi Crnog petka u maloprodaji	The logistics challenges of Black Friday in Retail	Tema istražuje jedinstvene poteškoće s kojima se trgovci na malo suočavaju u upravljanju opskrbnim lancem i upravljanju isporukama tijekom razdoblja Crnog petka te velike potražnje. Cilj je istražiti ključne aspekte koji mogu uključivati izazove u točnom predviđanju skokova potražnje i usklađivanju razina zaliha; rješavanje kašnjenja i neučinkovitosti u isporuci proizvoda kupcima tijekom razdoblja najvećeg opterećenja; ulogu tehnologije u ublažavanju logističkih poremećaja te brigu za okoliš pod utjecajem povećanih isporuka i povrata u vrlo kratkom vremenskom razdoblju. U praktičnom dijelu rada moguće je provesti studiju slučaja, usporedbu različitih sektora maloprodaje kako bi se istaknule inovativne strategije i rješenja za prevladavanje izazova Crnog petka ili provesti istraživanje na potrošačima.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

147	Logistika u trgovini	Novi	Utjecaj globalnih poremećaja na maloprodajne opskrbe lance	The Impact of Global Disruptions on the Retail Supply Chains	Cilj je analizirati kako globalni poremećaji, kao što su pandemije, geopolitički sukobi, prirodne katastrofe ili ekonomske krize utječu na učinkovitost i otpornost maloprodajnih opskrbnih lanaca. Tema istražuje izazove u održavanju razine zaliha, ispunjavanju zahtjeva kupaca i osiguravanju kontinuiteta opskrbnog lanca tijekom ovih događaja. Kroz sveobuhvatan pregled relevantne literature, potrebno je analizirati utjecaj globalnih poremećaja na poslovanje maloprodajnih lanaca opskrbe i identificirati učinkovite strategije za povećanje otpornosti i minimiziranje poremećaja te odgovoriti na pitanja: • kako globalni poremećaji utječu na operativnu izvedbu maloprodajnih opskrbnih lanaca, kao što su razine zaliha, vrijeme isporuke i troškovi? • koje strategije i prakse povećavaju otpornost maloprodajnih opskrbnih lanaca tijekom globalnih poremećaja? • kako tehnološki napredak, poput digitalnih blizanaca, ublažava učinke globalnih poremećaja na opskrbe lance maloprodaje? Postoji mogućnost i primarnog istraživanja u obliku intervjua s menadžerima na prikladnim pozicijama u svojim tvrtkama koji se suočavaju s određenim manjim ili većim globalnim poremećajima u svom poslovanju.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	----------------------	------	--	--	--	--------------	------------	--------	---

148	Logistika u trgovini	Novi	Uloga logistike u prodavaonici u stvaranju vrijednosti za kupce	The Role of In-Store Logistics in the Creation of Customer Value	Tema istražuje kako logistika u prodavaonici doprinosi poboljšanju korisničkog iskustva kupnje i percipirane vrijednosti. Fokusira se na presjek između operativne učinkovitosti i zadovoljstva kupaca, analizirajući kako logistički procesi u prodavaonici podržavaju praktičnost, dostupnost proizvoda i ukupnu kvalitetu usluge. Cilj je istražiti utjecaj logističkih operacija u prodavaonici na stvaranje vrijednosti za kupce i identificirati najbolje prakse koje poboljšavaju operativnu učinkovitost uz poboljšanje korisničkog iskustva. Kroz rad će se nastojati odgovoriti na sljedeća pitanja: kako logističke operacije u prodavaonici utječu na zadovoljstvo kupaca i udobnost kupnje; koji su ključni logistički čimbenici koji pokreću percipiranu vrijednost kupaca u fizičkim prodavaonicama te kako maloprodavači mogu optimizirati logistiku u prodavaonici kako bi uravnotežili operativnu učinkovitost i strategije usmjerene na kupca? Praktični dio može obuhvatiti studije slučaja, istraživanje kupaca ili analizu operativnih podataka kako bi se istaknula veza između logističkih praksi i vrijednosti za kupce.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	----------------------	------	---	--	--	--------------	------------	--------	---

149	Logistika u trgovini	Novi	Mogućnosti i ograničenja dostave dronom	Possibilities and limitations of drone delivery	Tema istražuje sve veću upotrebu bespilotnih letjelica za dostavu u maloprodaji i logistici, usredotočujući se na njihov potencijal za povećanje brzine isporuke, smanjenje troškova i proširenje pristupa udaljenim područjima. Također se bavi ograničenjima, kao što su regulatorni izazovi, tehnološka ograničenja i zabrinutost za okoliš. Rad će nastojati pružiti analizu o tome kako bi dronovi mogli preoblikovati logističke operacije, uzimajući u obzir praktične i etičke implikacije. Cilj rada je ocijeniti potencijalne prednosti i ograničenja dostave dronovima u maloprodajnoj logistici i identificirati čimbenike koji utječu na njezinu uspješnu implementaciju, a do toga se želi doći odgovaranjem na sljedeća pitanja: • koje su primarne operativne i ekonomske prednosti korištenja dronova za dostavu u maloprodajnoj logistici? • koja su tehnološka, regulatorna i etička ograničenja koja ometaju široku primjenu bespilotnih letjelica? • kako maloprodavači i pružatelji logističkih usluga mogu prevladati trenutne izazove kako bi učinkovito integrirali dostavu dronovima u svoje opskrbne lance? Praktični dio može uključivati studiju slučaja, komparativnu analizu s tradicionalnim metodama isporuke ili intervju sa stručnjacima iz industrije.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	----------------------	------	---	---	--	--------------	------------	--------	---

150	Logistika u trgovini	Novi	Utjecaj e-trgovine na tradicionalnu maloprodaju: logistički izazovi	The Impact of E-Commerce on Traditional Retail: Logistical Challenges	Tema istražuje kako je brzi rast e-trgovine utjecao na tradicionalnu maloprodajnu logistiku, stvarajući izazove kao što su upravljanje zalihama online i u prodavaonicama, upravljanje isporukom "zadnje milje" i prilagođavanje povećanim očekivanjima kupaca za brzinom i praktičnošću. Istražuje kako tradicionalni maloprodavači razvijaju svoje logističke strategije kako bi ostali konkurentni u digitalnom dobu, istovremeno osiguravajući operativnu učinkovitost i zadovoljstvo kupaca. Cilj je analizirati logističke izazove s kojima se suočavaju tradicionalni maloprodavači zbog porasta e-trgovine i identificirati strategije za učinkovito integriranje online i offline logističkih operacija. Kroz rad će se nastojati odgovoriti na pitanja koji su ključni logistički izazovi s kojima se tradicionalni maloprodavači suočavaju u prilagodbi trendovima e-trgovine te kako mogu optimizirati svoj opskrbeni lanac kako bi učinkovito uravnotežili poslovanje u prodavaonicama i online. Praktični dio može se temeljiti na studijama slučaja ili intervjuima s maloprodajnim logističkim stručnjacima kako bi se ponudili praktični uvidi i preporuke.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik, 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	----------------------	------	---	---	---	--------------	------------	--------	---

151	Lokalne javne financije	novi	Analiza proračuna i strategija razvoja odabranih gradova prema indeksu razvijenosti	Analysis of the budget and development strategies of selected cities according to the development index	Indeks razvijenosti je kompozitni pokazatelj koji evaluira pozicije gradova tj. učinkovitost upravljanja gradovima. Student će odabrati 3 grada koji su slični veličinom i brojem stanovnika i na taj način analizirati učinkovitosti upravljanja gradovima. U okviru ciljeva student će napraviti proračunsku analizu odabranih gradova, ali i istražiti strategije razvoja gradova. Glavni parametar usporedbe je indeks razvijenosti te će student analizirati dugoročni vremenski presjek od 6-8 godina kako bi identificirao koje su poduzete aktivnosti i (ne)učinkovitosti dovele do pomaka ili nazadovanja gradova.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
152	Lokalne javne financije	novi	Financijski aspekti i kvaliteta ranog i predškolskog obrazovanja u lokalnoj samoupravi: Studija slučaja hrvatskih gradova	Financial aspects and quality of kindergarten and preschool education in local government: a case study of Croatian cities	Tema istražuje povezanost financiranja predškolskog obrazovanja i kvalitete pruženih usluga u lokalnoj samoupravi. Cilj je analizirati proračunska izdvajanja na određenim primjerima hrvatskih gradova te usporediti njihov utjecaj na kvalitetu usluge u vrtićima. Istraživanje uključuje pregled zakonodavnog okvira, financijskih podataka iz proračuna, kao i analizu pokazatelja kvalitete predškolskih usluga, poput broja djece po odgajatelju, dostupnosti mjesta u vrtićima i dodatnih obrazovnih programa.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

153	Lokalne javne financije	novi	Lokalna država i financiranje športa	Local government and sports financing	Tema rada istražuje sustav financiranja sporta u Hrvatskoj, s naglaskom na ulogu lokalne države i Hrvatskog olimpijskog odbora (HOO). Fokus je na analizi proračunskih alokacija u četiri najveća grada (Zagreb, Split, Rijeka, Osijek) te na utjecaju financiranja na postignuća u sportu. Cilj je procijeniti učinkovitost i pravednost sustava raspodjele sredstava, identificirati faktore koji utječu na financiranje sporta i predložiti smjernice za poboljšanje. Korištenjem kvalitativnih i kvantitativnih metoda, rad će također razmotriti vezu između financijskih ulaganja i sportskih rezultata, uz poseban naglasak na razvoj pojedinačnih i ekipnih sportova.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
154	Lokalne javne financije	novi	Uloga lokalnih proračuna na razvoj poduzetništva i gospodarstva kroz primjer odabranih gradova	The role of the local budget on the development of entrepreneurship and the economy through the example of selected cities	Lokalni proračuni mogu utjecati na razvoj poduzetničkih aktivnosti i opći gospodarski napredak u različitim gradovima. Tema analizira kako gradske vlasti koriste financijska sredstva za podršku poduzetnicima, stimuliranje investicija, stvaranje novih radnih mjesta i poticanje održivog razvoja. Kroz komparativnu analizu odabranih gradova, rad će razmotriti različite pristupe i strategije korištenja proračunskih sredstava za poboljšanje poslovnog okruženja, infrastrukture, obrazovanja i inovacija, te njihovu povezanost s ukupnim gospodarskim rastom. Uz navedeno utvrdit će se i razumijevanje općih pojmova lokalne države, proračuna te specifičnih izazova, prepreka i uspjeha kroz koje prolaze lokalne vlast.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

155	Lokalne javne financije	novi	Kretanje cijena lokalnih usluga na primjeru pojedinih gradova	Price movements of local public services on the example of individual cities	U ovom diplomskom radu osnovni cilj je prikazati kretanje cijena lokalnih usluga odabranih gradova u određenom vremenskom razdoblju. Cilj je identificirati cijene glede varijabilnosti i dokazati da li je omjer cijene i kvalitete lokalnih javnih usluga istovjetan s obzirom na veličinu grada. Manji gradovi koji će biti obuhvaćeni analizom nastoje održati stabilnost cijena kroz subvencije i druge mjere, dok većina velikih gradova prelazi na sustave naplate prema količini usluga koje korisnici stvaraju. Cilj analize je razumjeti kako se cijene mijenjaju, koji su ključni faktori koji utječu na promjenu te kako utječu na građane i gospodarstvo.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
156	MAKROMARKETING	novi	Politički marketing u kontekstu makromarketinga	Political marketing in macromarketing context	Cilj rada je analizirati mogućnosti primjene političkog marketinga u kontekstu makromarketinga. Moguće su analize vezane uz vanjski ili unutarnji makromarketing. Istraživački dio rada vezan je uz identifikaciju primjera iz prakse.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Đula Borožan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
157	MAKROMARKETING	novi	Analiza kvalitete života u RH	Quality of life analysis in Croatia	Cilj rada je analizirati komponente koje su vezane uz mjerenje kvalitete života te kroz analizu sekundarnih podataka dati procjenu kvalitete života u RH. Ako je kandidat voljan, može napraviti i vlastito istraživanje vezano na pojedini segment stanovništva (npr. mladi ili starije stanovništvo) ili određenu lokaciju (npr. grad Osijek).	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Đula Borožan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

158	MAKROMARKETING	novi	Gospodarska diplomacija u RH	Economic diplomacy	Cilj rada je analizirati mogući doprinos gospodarske diplomacije razvoju gospodarstva te aktivnosti koje se u okviru gospodarske diplomacije provode. Student treba analizirati neke primjere dobre prakse vezane uz gospodarsku diplomaciju.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Đula Borozan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
159	MAKROMARKETING	novi	Brendiranje države	Country branding	Cilj rada je dati teorijski prikaz teme s naglaskom na razlike između brendiranja proizvoda/poduzeća i države, te analizirati pojedine primjere brendiranja država.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Đula Borozan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
160	Maloprodajne strategije	novi	Analiza lokacijske strategije maloprodajnog gospodarskog subjekta	Analysis of the location strategy of a retail business entity	Rad se sastoji i od teorijskog dijela (u kojem se navode osnove lokacijske strategije maloprodavača te njihove prednosti i nedostaci), primarni naglasak je na praktičnom dijelu. U ovoj temi student provodi analizu lokacijske strategije određenog maloprodajnog gospodarskog subjekta s većim brojem prodajnih jedinica na različitim lokacijama. Cilj rada je opisati i procijeniti neku od suvremenih lokacijskih strategija maloprodavača i analizirati na koji način bi se ista mogla unaprijediti.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
161	Maloprodajne strategije	novi	Strategije internacionalizacije maloprodajnih lanaca	Internationalization strategies of retail chains	Student u ovoj temi provodi i teorijsko istraživanje i daje praktičan primjer. Teorijsko istraživanje se fokusira na vrste strategija internacionalizacije u određenom maloprodajnom sektoru, dok praktično analizira internacionalizaciju jednog ili više maloprodavača s ciljem opisa, analize i predlaganja mogućih budućih pravaca internacionalizacije poslovanja.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

162	Maloprodajne strategije	novi	E-commerce vs. Brick-and-Mortar: Analiza konkurencije	E-commerce vs. Brick-and-Mortar: Competitive Analysis	Cilj ovog rada je usporediti strategije maloprodavača koji su u dvojbi koristiti e-commerce (elektronsku trgovinu) ili nastaviti sa stacionarnim prodavaonicama (Brick-and-Mortar) kao ključnim poslovnim strategijama. Pri tome je potrebno analizirati i sve kombinacije ova dva modela i što veći broj praktičnih primjera te analiza studije slučaja i analiza procjena o budućim kretanjima u maloprodaji po ovom pitanju.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
163	Maloprodajne strategije	novi	Učinak atmosfere maloprodajnog prostora na ponašanje kupaca	The effect of retail space atmosphere on customer behavior	Cilj rada je istražiti kako elementi atmosfere u maloprodajnim prostorima (npr. rasvjeta, glazba, mirisi, boje, raspored proizvoda) utječu na ponašanje kupaca, uključujući njihovu percepciju proizvoda, zadovoljstvo iskustvom kupovine i odluke o kupnji. U teorijskom dijelu rada valja analizirati teorijske modele poput S-O-R modela (Stimulus-Organism-Response) koji objašnjava kako vanjski podražaji (npr. atmosfera) utječu na unutarnje reakcije (emocije, stavovi) i ponašanje kupaca. Pregled studija koje se bave utjecajem pojedinačnih faktora (npr. glazbe ili mirisa) na kupce. Primarno istraživanje može biti anketiranje, eksperimentom ili promatranjem. I analiza podataka: kvantitativna analiza (npr. korelacija između ambijentalnih faktora i duljine boravka kupaca) ili kvalitativna analiza odgovora kupaca na otvorena pitanja o atmosferi i njihovom emocionalnom doživljaju.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

164	Maloprodajne strategije	novi	Personalizacija u maloprodaji: Alati, izazovi i rezultati	Personalization in Retail: Tools, Challenges and Results	Cilj rada je analizirati kako personalizirane ponude i komunikacija (korištenjem podataka o korisnicima) utječu na kupovno iskustvo i lojalnost. Pregled literature znanstvenih i industrijskih izvora o razvoju personalizacije u maloprodaji. Komparativna analiza tradicionalnih vs. personaliziranih pristupa u marketingu i prodaji. Teorijski modeli poput modela korisničkog putovanja ili Pine & Gilmoreovog modela iskustvene ekonomije. Analiza alata za personalizaciju: digitalni alati (CRM sustavi, AI i strojno učenje za analizu podataka i prediktivnu personalizaciju, Chatbotovi i virtualni asistenti, E-trgovinski alati (npr. preporuke proizvoda na temelju prethodnih kupnji), fizički alati (Personalizirani proizvodi u prodavaonicama(npr. gravure na licu mjesta), Digitalni kiosci za prilagodbu proizvoda ili usluga, i integrirani alati (Omnichannel personalizacija koja povezuje online i offline kanale). Istraživanje može biti naketno, pomoću intervjua ili studijom slučaja. Analiza može biti analiza podataka o povećanju prodaje, angažmana kupaca i lojalnosti prije i nakon implementacije alata za personalizaciju, te usporedba stopa konverzije kod personaliziranih i generičkih marketinških kampanja.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	-------------------------	------	---	--	--	---------------	-------	-------	--

165	Marketing novog proizvoda	Novi	Strategije uvođenja novog proizvoda na tržište: Usporedba tradicionalnog i digitalnog pristupa	Strategies for Launching a New Product: A Comparison of Traditional and Digital Approaches	Rad analizira strategije uvođenja novog proizvoda na tržište, uspoređujući tradicionalne pristupe (npr. prodaja putem fizičkih trgovina i promotivnih kampanja) s modernim digitalnim pristupima (npr. društvene mreže, online oglasi i e-trgovina). Posebna pažnja posvećena je usporedbi troškova, dosega i učinkovitosti različitih pristupa. Cilj je istražiti koje strategije imaju najveći utjecaj na uspješno pozicioniranje proizvoda na tržištu u suvremenom poslovnom okruženju. Svrha je pružiti smjernice poduzećima za donošenje optimalnih odluka pri lansiranju proizvoda. Metodologija: Sekundarno istraživanje kroz analizu studija slučaja uspješnih lansiranja proizvoda ili ankete i/ili intervjui s marketinškim stručnjacima.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
166	Marketing novog proizvoda	Novi	Dizajn i ambalaža proizvoda kao faktori uspjeha na konkurentnom tržištu	Product Design and Packaging as Key Success Factors in a Competitive Market	Tema istražuje ulogu dizajna i ambalaže proizvoda u privlačenju pažnje potrošača i stvaranju konkurentne prednosti. Fokus je na estetskim i funkcionalnim aspektima ambalaže te njihovom utjecaju na donošenje odluka potrošača. Cilj je utvrditi koliko značajan utjecaj imaju dizajn i ambalaža na percepciju vrijednosti proizvoda i njegov uspjeh na tržištu. Svrha je pružiti smjernice za dizajniranje ambalaže koja maksimizira uspjeh proizvoda. Metodologija: Istraživanje percepcije potrošača kroz ankete ili fokus grupe i/ili analiza uspješnih dizajnerskih strategija u određenim industrijama.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

167	Marketing novog proizvoda	Novi	Uloga istraživanja tržišta u razvoju novih proizvoda: Analiza ključnih faktora uspjeha	The Role of Market Research in New Product Development: Analysis of Key Success Factors	Rad analizira važnost istraživanja i testiranja tržišta pri razvoju novih proizvoda. Istražuje kako prikupljanje i analiza podataka o potrebama i preferencijama potrošača utječe na dizajn proizvoda, strategiju marketinga i tržišni uspjeh. Cilj je utvrditi kako dobro provedeno istraživanje tržišta doprinosi razvoju proizvoda koji zadovoljavaju potrebe ciljne skupine. Svrha je omogućiti tvrtkama učinkovitiji razvoj proizvoda smanjenjem rizika od neuspjeha na tržištu. Metodologija: Studije slučaja uspješno razvijenih proizvoda temeljenih na istraživanju tržišta ili Anketa među ispitanicima o ulozi istraživanja u procesu razvoja proizvoda.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
168	MARKETING PREHRAMBENIH PROIZVODA	novi	Hrana kao suvenir	Food souvenirs	Cilj rada je identificirati potencijal lokalnih prehrambenih proizvoda kao suvenira. Student treba identificirati ključne karakteristike koje prehrambeni proizvod treba imati da bi mogao biti suvenir te na temelju anketnog istraživanja identificirati sklonost i spremnost te ključne čimbenike za kupnju hrane kao suvenira.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
169	MARKETING PREHRAMBENIH PROIZVODA	novi	Održiva potrošnja hrane - perspektiva generacije Z	Sustainable food consumption - Gen Z perspective	Cilj rada je identificirati ključne karakteristike održive potrošnje hrane i stavove i ponašanje generacije Z u tom kontekstu. Rad ima teorijski dio u kojemu student treba definirati koncept održive potrošnje hrane i karakteristike generacije Z, te istraživački dio koji na temelju anketnog istraživanja identificira ponašanje generacije Z vezano uz održivu potrošnju hrane, kao i čimbenike koji utječu na to ponašanje.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

170	MARKETING PREHRAMBENIH PROIZVODA	novi	Prehrambena industrija u gospodarstvu Hrvatske	Food industry in Croatian economy	Cilj rada je identificirati karakteristike prehrambene industrije u Republici Hrvatskoj i njene konkurentske potencijale. Student treba napraviti teorijsku pregled ponude i potražnje za prehrambenim proizvodima na tržištu RH te analizu makroekonomskih pokazatelja prehrambene industrije. U istraživačkom dijelu student treba analizirati slučaj jedne prehrambene tvrtke na temelju intervjua i utvrditi njenu konkurentsku poziciju na tržištu.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Mira Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
171	MARKETING PREHRAMBENIH PROIZVODA	novi	Funkcionalna hrana kao marketinški izazov	Functional food as marketing challenge	Cilj rada je steći dublji uvid u jedan od suvremenih trendova u proizvodnji hrane - funkcionalnu hranu. Student treba analizirati teorijske postavke vezane uz funkcionalnu hranu te provesti istraživanje na odabranom uzorku potrošača o njihovom poznavanju koncepta, motivima i barijerama te konkretnoj potrošnji funkcionalne hrane. Na temelju rezultata istraživanja očekuju se marketinške preporuke za ponuđače funkcionalne hrane.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Mira Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
172	Marketing u trgovini	stari	Stavovi potrošača i smanjenje pakiranja proizvoda (shrinkflation)	Consumer attitudes and shrinking product packaging (shrinkflation)	Temom se istražuju stavovi i potrošača na smanjivanje pakiranja pojedinih proizvoda. Analiza uključuje istraživanje stavova potrošača na smanjivanje pakiranja proizvoda, te na promjenu cijene proizvoda. Također, analiza uključuje istraživanje o lojalnosti prema brendu od strane potrošača, te ublažavanje negativnih posljedica od strane trgovca i/ili proizvođača. Pored prethodno navedeno potrebno dati preporuke za buduća istraživanja, ali i navesti ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada	prof. dr. sc.	Čučić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

					temelji se na analizi znanstvene i/ilii stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ilii primjera iz prakse za navedeno područje.				
173	Marketing u trgovini	stari	Online trgovine i održivost povrata robe	Online shopping and sustainability of product return	Temom se istražuje održivost povrata robe u online trgovini. Analiza uključuje istraživanje navika potrošača o povratu robe s pojedinih online trgovina (specijaliziranih za prodaju odjeće i obuće). Također, analiza obuhvaća projekciju ekološkog utjecaja povrata robe, financijskog utjecaja, te preporuke za prevenciju povrata robe. Pored prethodno navedenog potrebno je dati i preporuke za buduća istraživanja, ali i navesti ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ilii stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ilii primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćučić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćučić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

174	Marketing u trgovini	stari	Upravljanje robnim markama u trgovini	In-store brand management	Temom se istražuje održivo upravljanje robnim markama. Analiza uključuje istraživanje razvoja brenda robne marke, njegovo pozicioniranje, trenodove i izazove u upravljanju robnim markama i dr. Također, pored prethodno navedenog potrebno je i dati preporuke za buduća istraživanja, ali navesti i ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćućić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćućić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
175	MARKETING USLUŽNIH ORGANIZACIJA	Novi	Analiza marketing strategije (7P) uslužne organizacije	Analysis of service company marketing strategy (7P)	Cilj rada je primijeniti 7P pristup u analizi uslužnog poduzeća. Student treba napraviti kritičku analizu i valorizaciju 7P elemenata marketing strategije uslužnog poduzeća po izboru, te, na temelju provedene analize, dati konkretne prijedloge za poboljšanje poslovnih performansi istoga. Rad se sastoji iz teorijskog dijela i istraživačkog dijela koji koristi metodu analize slučaja.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Davorn Turkalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
176	MARKETING USLUŽNIH ORGANIZACIJA	Novi	Analiza kvalitete usluge	Service quality analysis	Cilj rada je steći detaljniji uvid u problematiku mjerenja kvalitete usluge i kako se konkretno model SERVQUAL može primijeniti u praksi. Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. U teorijskom dijelu student treba analizirati problematiku mjerenja kvalitete usluge i opisati različite modele koji se koriste. U istraživačkom dijelu koji se radi kao analiza slučaja, student treba kroz primjenu SERVQUAL modela analizirati kvalitetu odabrane usluge, te dati	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Davorn Turkalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

					preporuke za organizaciju koja pruža navedenu uslugu.				
177	MARKETING USLUŽNIH ORGANIZACIJA	Novi	Proces kreiranja usluge	Service creation process	Cilj rada je analizirati i valorizirati proces kreiranja usluge kroz primjenu analize putem servucion sustava. U teorijskom dijelu student treba analizirati teorijske postavke vezane uz proces nastajanja usluge, a u istraživačkom dijelu kroz korištenje analize slučaja valorizirati sve elemente procesa te dati preporuke za poboljšavanje procesa.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Davorn Turkalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Mima Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
178	MARKETING USLUŽNIH ORGANIZACIJA	Novi	Ponašanje korisnika usluga	Service customer behavior	Cilj rada je identificirati specifičnosti ponašanja korisnika usluga. Student treba dati teorijski prikaz u kojem će se naglasiti specifičnosti ponašanja korisnika usluga, te u istraživačkom dijelu provesti anketno istraživanje korisnika usluga (tip korisnika, tip usluge, zadovoljstvo, namjera daljnjeg korištenja) odabrane organizacije. Na temelju rezultata istraživanja student treba dati preporuke za organizaciju.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Davorn Turkalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 3. prof. dr. sc. Mima Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

179	Marketing-informacijski sustav	Stari	Analiza marketinške kampanje	Analysis of a Marketing Campaign	Cilj rada je istražiti sve sastavnice analitičkog napora izračunavanja uspješnosti pojedinačne marketinške kampanje. Rad se u analitičkom dijelu može fokusirati na analizu pojedinačne kampanje izdvojenog poslovnog subjekta, komparirati dvije ili više kampanja jednog subjekta ili komparirati kampanje dva ili više subjekata. Specifičnosti užeg istraživačkog smjera rada trebaju se oslikati u kroz dopunu naslova.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
180	Marketing-informacijski sustav	Stari	Marketinginške specifičnosti virtualne stvarnosti	VR (Virtual Reality) Marketing Specifics	Cilj rada je istražiti područje informacijsko-komunikacijskih tehnologija usmjerenih za oblikovanje posebnih oblika stvarnosti kao što su virtualna i proširena stvarnost te povezane interesne sfere. Rad može imati isključivo teorijski karakter s analitičkim elementima ili se uži fokus može staviti na pojedinačni primjer oblika virtualne stvarnosti. Specifičnosti užeg istraživačkog smjera rada trebaju se oslikati kroz dopunu naslova.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
181	Marketing-informacijski sustav	Stari	Utjecaj umjetne inteligencije na marketinške aktivnosti	The Impact of Artificial Intelligence on Marketing Activities	Cilj rada je oblikovati sustavni pregled aktualnog stanja i mogućnosti uporabe umjetne inteligencije za ostvarivanje marketinških ciljeva. Rad treba obuhvaćati glavna područja primjene umjetne inteligencije odnosno prikaz mogućnosti alata čiji se rad zasniva na umjetnoj inteligenciji. Poseban analitički fokus rada može se staviti na specifične alate i njihove komparativne mogućnosti ili na istraživanje uporabe alata iz korisničke perspektive.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

182	Marketing-strategije	Stari	Marketing-strategija na primjeru X	Marketing strategy on Example X	Svrha rada je analizirati dosadašnje teorijske spoznaje i objasniti pojam, značenje i važnost marketing strategije gospodarskog subjekta te njezinih sastavnica i procesa koji dovode do njezinog odabira i operacionalizacije. Nadalje cilj rada je analizirati postojeću marketing strategiju odabranog gospodarskog subjekta (proizvoda) ili preporučiti marketing strategiju te ju razraditi u vidu marketing plana odabranog gospodarskog subjekta ili proizvoda (počevši od misije i vizije, preko analize situacije do definiranja marketinških ciljeva, strategija i taktika). U svrhu analize tržišta i definiranja ciljeva, potrebno je provesti primarno istraživanje na uzorku od najmanje 100 ispitanika.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
-----	----------------------	-------	------------------------------------	---------------------------------	--	---------------	-----	--------	--

183	Marketinška analitika	Novi	Analiza marketinške učinkovitosti proizvoda uz pomoć analitičkih alata na primjeru X	Analysis of product marketing efficiency with the help of analytical tools on the example of X	Ovaj rad istražuje primjenu analitičkih alata za praćenje i evaluaciju marketinške učinkovitosti proizvoda, s naglaskom na konkretan primjer proizvoda X. Cilj je analizirati kako se podaci o prodaji, ponašanju potrošača i izvedbi marketinških kampanja mogu prikupljati, analizirati i koristiti za donošenje strateških odluka. Fokus je na metrikama poput povrata na ulaganje u marketing (ROI), stope konverzije, izvora prometa i zadovoljstva kupaca. U teorijskom dijelu rada objašnjava se važnost marketinške analitike u upravljanju proizvodima. Pruža se pregled ključnih metrika za analizu performansi proizvoda, uključujući pokazatelje uspješnosti kampanja, podatke o tržišnom segmentiranju i ponašanju potrošača. Također se raspravlja o ulozi alata kao što su Google Analytics, Power BI ili Tableau u analizi marketinške učinkovitosti proizvoda. Empirijski dio obuhvaća analizu marketinških aktivnosti vezanih uz proizvod X. Uz pomoć odabranog analitičkog alata (ili više njih), detaljno se analiziraju podaci o kampanjama, izvori prometa, segmentacija kupaca i stope konverzije. Na temelju rezultata donose se preporuke za poboljšanje marketinške strategije i ukupne pozicije proizvoda na tržištu.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof.dr.sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	-----------------------	------	--	--	--	--------------	--------------	-----	--

184	Marketinška analitika	Novi	Primjena marketinške analitike u optimizaciji cijena na primjeru X	Application of marketing analytics in price optimization on the example of X	Rad istražuje primjenu marketinške analitike u procesu određivanja i optimizacije cijena, s naglaskom na konkretan primjer proizvoda ili usluge X. Cilj je analizirati kako se koriste podaci o potražnji, percepciji vrijednosti, konkurenciji i elastičnosti cijena za donošenje odluka koje maksimiziraju profitabilnost i tržišnu poziciju. Fokus je na metrike poput prihoda, profitnih margina, cjenovne elastičnosti i reakcija tržišta na promjene cijena. U teorijskom dijelu rada objašnjavaju se osnovni koncepti i strategije određivanja cijena, kao što su penetracijske cijene, premium cijene i dinamičke cijene. Pruža se pregled analitičkih metoda, uključujući analizu elastičnosti cijena, segmentaciju prema spremnosti na plaćanje i analizu utjecaja konkurencije. Raspravlja se o ulozi alata poput Excel modeliranja, Tableau-a ili specijaliziranih alata za optimizaciju cijena. Empirijski dio obuhvaća analizu podataka o cijenama proizvoda ili usluge X. Istražuju se povijesni trendovi, reakcije kupaca na različite cjenovne strategije i usporedbene analize s konkurentima. Na temelju rezultata predlažu se prilagodbe cijena koje bi mogle povećati prihode, poboljšati percepciju vrijednosti ili ojačati tržišnu poziciju.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof.dr.sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	-----------------------	------	--	--	---	--------------	--------------	-----	---

185	Marketinška analitika	Novi	Primjena marketinške analitike u optimizaciji distribucijskih kanala na primjeru X	Application of marketing analytics in the optimization of distribution channels on the example of X	Cilj ovog rada je prikazati primjenu marketinške analitike u optimizaciji distribucijskih kanala na primjeru proizvoda ili usluge X. Analizira podatke o učinkovitosti kanala (online, maloprodaja, direktna prodaja) kako bi se poboljšao doseg tržišta, smanjili troškovi i maksimizirali prihodi. Teorijski dio rada objašnjava ključne koncepte distribucije, multikanalne strategije i analitičke metode, dok empirijski dio koristi alate poput Google Analyticsa, CRM-a i ERP-a za procjenu performansi kanala. Na temelju rezultata predlažu se strategije optimizacije, uključujući odabir najboljih kanala, smanjenje troškova i povećanje učinkovitosti distribucije.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof.dr.sc. Marija Ham, zamjenska članica
186	Marketinška analitika	Novi	Primjena marketinške analitike u optimizaciji promocije na primjeru X	Application of marketing analytics in promotion optimization using the example of X	Rad istražuje primjenu marketinške analitike u optimizaciji promocijskih aktivnosti na primjeru proizvoda ili usluge X. Analiziraju se podaci o učinkovitosti strategija (popusti, online oglasi, influenceri) za poboljšanje rezultata, povećanje angažmana i maksimiziranje ROI-a. Fokus je na metrike poput stope konverzije, CPA-a i dosega. Teorijski dio obrađuje promocijske strategije, analitičke metode (A/B testiranje, analiza kampanja) i alate poput Google Analyticsa i CRM sustava. Empirijski dio ispituje izvedbu promocijskih kanala te predlaže strategije za optimizaciju troškova, povećanje angažmana i poboljšanje učinkovitosti promocije.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof.dr.sc. Marija Ham, zamjenska članica

187	Marketinška analitika	Novi	Uloga prediktivne analitike u marketingu	The role of predictive analytics in marketing	Rad istražuje primjenu prediktivne analitike u marketingu za predviđanje ponašanja potrošača, optimizaciju kampanja i personalizaciju korisničkog iskustva. Fokus je na metodama poput regresije, klasifikacije i vremenskih serija te alatima kao što su machine learning algoritmi, Python i R. Analizira se važnost podataka i etički aspekti njihove obrade. Empirijski dio istražuje primjenu prediktivne analitike na kampanjama kroz analizu korisničkog ponašanja, povijesti kupovine i uspjeha kampanja. Na temelju rezultata predlažu se strategije za bolje targetiranje, optimizaciju aktivnosti i povećanje ROI-a.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof.dr.sc. Marija Ham, zamjenska članica
188	Marketinška analitika	Novi	Vizualizacija podataka kao alat za donošenje marketinških odluka	Data visualization as a tool for making marketing decisions	Rad analizira ulogu vizualizacije podataka u donošenju marketinških odluka, ističući grafikone, dijagrame, toplinske mape i dashboarde kao ključne alate. Fokus je na primjeni vizualizacije za analizu tržišnih trendova, ponašanja potrošača i uspjehnosti kampanja. Teorijski dio istražuje značaj vizualizacije u interpretaciji podataka i pregledava tehnike poput interaktivnih dashboarda i infografika. Empirijski dio analizira primjenu vizualizacije u marketinškim kampanjama za segmentaciju tržišta, alokaciju budžeta i optimizaciju strategija. Rad predlaže kako napredne tehnike vizualizacije mogu poboljšati procese donošenja odluka i komunikaciju unutar timova i s klijentima.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

189	Marketinška analitika	Novi	Internetska istraživanja kao osnova za razumijevanje potrošača	Internet research as a basis for understanding consumers	Rad istražuje kako internetska istraživanja mogu biti korištena za prikupljanje uvida o potrošačima, te kako ovi uvidi oblikuju marketinške strategije. Cilj je analizirati koje tehnike internetskih istraživanja pružaju najrelevantnije podatke i kako se ti podaci koriste za optimizaciju marketinških aktivnosti. Također, razmatraju se etičke implikacije prikupljanja podataka putem interneta. U teorijskom dijelu rada pruža se pregled različitih metoda internetskih istraživanja, kao što su ankete, fokus grupe i analize društvenih medija, te se raspravlja o zakonodavnim okvirima i zaštiti privatnosti u tom procesu. Empirijski dio rada obuhvaća analizu konkretnih internetskih anketa i prikupljenih podataka, kao i usporedbu učinkovitosti različitih metoda prikupljanja podataka za razumijevanje ponašanja potrošača.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
190	Marketinška analitika	Novi	Mjerenje i optimizacija uspješnosti digitalne marketinške kampanje na primjeru X	Measuring and optimizing the success of a digital marketing campaign on the example of X	Rad istražuje kako se pomoću web analitike mjeri učinkovitost digitalnih marketinških kampanja na konkretnoj web stranici ili brendu (primjer X). Analizirat će se ključne metrike, uključujući ROI (povrat na ulaganje), CTR (click-through rate) i stopu konverzije, kako bi se optimizirale buduće marketinške aktivnosti. Fokus je na analizi podataka iz alata poput Google Analytics i Google Ads, s ciljem optimizacije kampanja i povećanja njihovog učinka. Rad će obuhvatiti analizu specifičnih kampanja (PPC, SEO, društvene mreže) i na temelju podataka predložiti konkretne promjene za poboljšanje rezultata.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

191	Marketinška analitika	Novi	Evaluacija uspjeha marketinških kampanja na društvenim mrežama: Primjer X	Evaluating the success of marketing campaigns on social networks: Example X	Rad istražuje kako se pomoću analitičkih alata za društvene mreže (Facebook Insights, YouTube Analytics...) prati uspjeh marketinških kampanja na društvenim mrežama, koristeći konkretan primjer (primjer X). Analizirat će se ključne metrike kao što su engagement rate, reach, impressions, growth rate i njihova povezanost s postizanjem marketinških ciljeva. Fokus će biti na razumijevanju kako ove metrike mogu pomoći u optimizaciji kampanja, prilagodbi marketinških strategija i poboljšanju angažmana korisnika. Analizirani podaci će omogućiti dublje uvid u učinkovitost marketinških aktivnosti na društvenim mrežama i pružiti smjernice za buduće marketinške kampanje.	doc. dr. sc.	Pap Vorkapić	Ana	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	-----------------------	------	--	--	--	--------------	--------------	-----	---

192	Marketinška studija slučaja	Novi	Analiza marketinške strategije poduzeća X	Analyzing the Marketing Strategy of Company X	Svrha rada je istražiti i analizirati marketinšku strategiju odabranog poduzeća (primjer X) kako bi se razumjeli ključni faktori koji utječu na uspješnost strategije i kako se ona prilagođava tržišnim uvjetima. Cilj je identificirati glavne elemente marketinške strategije, kao i prednosti i slabosti u provedbi te pružiti preporuke za poboljšanje strategije. Teorijski dio: Definirati marketinšku strategiju i razmotriti njezinu važnost u poslovanju; Analizirati osnovne komponente marketinške strategije (npr. segmentacija tržišta, pozicioniranje, marketing-miks); Razmotriti različite vrste marketinških strategija (npr. diferencijacija, fokusiranje, liderstvo u troškovima); Proučiti modele analize tržišta (npr. SWOT analiza, PESTLE analiza) koji pomažu u formiranju strategije. Praktični dio: Studija slučaja: Detaljna analiza marketinške strategije poduzeća X (može biti lokalno ili globalno poduzeće). Fokusirati se na ključne marketinške aktivnosti, ciljeve te uspjehe i izazove; Primamo istraživanje: Provesti istraživanje potrošača (najmanje 100 ispitanika) kako bi se dobile povratne informacije o percipiranoj učinkovitosti marketinške strategije; Analiza rezultata: Usporediti rezultate istraživanja s teoretskim pristupima, identificirati područja za poboljšanje i pružiti konkretne preporuke za optimizaciju marketinške strategije.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
-----	-----------------------------	------	---	---	--	---------------	-----	--------	--

193	Marketinško planiranje	Novi i stari	Marketinški plan poslovnog subjekta X	Marketing plan of X	Tema obuhvaća teorijski prikaz procesa marketinškog planiranja dok istraživački dio obuhvaća marketinški plan odabranog poslovnog subjekta prateći korake pri njegovoj izradi: 1. Definiranje misije i svrhe poslovanja odabranog poslovnog subjekta 2. Analiza situacije (provesti primarno i sekundarno istraživanje) 3. Definiranje marketinških ciljeva na temelju prethodne analize 4. Oblikovanje marketinških strategija i taktika Cilj rada je analiza teorijske osnove marketinškog planiranja i njegove važnosti u poslovanju, razrada ključnih koraka pri samoj izradi marketinškog plana te primjena teorijskih znanja na stvarnom primjeru poslovnog subjekta te izrada konkretnog marketinškog plana.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Marija Ham, predsjednica 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
194	Međunarodni financijski menadžment	Oboje	Ekonomska izloženost deviznom riziku	Economic Exposure to Foreign Exchange Risk	U ovome radu potrebno je objasniti pojam i na primjerima prikazati ekonomsku izloženost deviznom riziku, te načine zaštite od toga rizika. Cilj rada je pokazati vrste operativne izloženosti deviznom riziku i načine zaštite od tog rizika. U okviru ovoga rada, student treba prikazati što je transakcijska izloženost deviznom riziku, kako se ona procjenjuje i kako se može zaštititi od te vrste rizika. Isto vrijedi i za operativnu izloženost deviznom riziku.	izv. prof. dr. sc.	Koški	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivana Barković, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

195	Međunarodni financijski menadžment	Oboje	Analiza bilance na tekućem računu – slučaj Republike Hrvatske	An Analysis of the Current Account - the Case of the Republic of Croatia	Analiza bilance na tekućem računu Republike Hrvatske treba biti provedena uporabom podataka Hrvatske narodne banke u razdoblju od pet posljednjih raspoloživih godina. Cilj rada je analizirati salda u pojednim računima bilance plaćanja. Dakle, student treba analizirati bilancu roba, bilancu usluga, bilancu primarnog dohotka i bilancu sekundarnog dohotka.	izv. prof. dr. sc.	Koški	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivana Barković, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
196	Međunarodni financijski menadžment	Oboje	Zaštita od deviznoga rizika u poduzeću xy	Hedging Foreign Exchange Risk in the Bank xy	U okviru ovoga rada treba po vlastitom izboru odabrati poduzeće i opisati njegovu zaštitu od deviznoga rizika. Cilj rada je pokazati vrstu izloženosti deviznom riziku za promatrano poduzeće i način na koji se to poduzeće štiti od tog rizika. U okviru ovoga rada, student može analizirati transakcijsku, operativnu ili računovodstvenu izloženost deviznom riziku.	izv. prof. dr. sc.	Koški	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivana Barković, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
197	MEĐUNARODNI MARKETING	novi	Karakteristike procesa internacionalizacije poduzeća	Internationalization process characteristics	Cilj rada je teorijski analizirati proces internacionalizacije poslovanja te utvrditi na koji način su ti procesi evidentni u praksi poduzeća. Temeljem intervjua kao kvalitativnog istraživanja, student treba usporediti dva različita poduzeća (npr B2B vs. B2C, proizvodi vs. usluge, veliko vs. malo poduzeće) te identificirati specifičnosti i kriterije odabira modela internacionalizacije.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mima Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
198	MEĐUNARODNI MARKETING	novi	Utjecaj nacionalne kulture na kreiranje strategije međunarodnog marketinga	National culture impact on international marketing strategy creation	Cilj rada je identificirati značaj i ulogu nacionalne kulture u kreiranju marketing strategije za strana tržišta. Student treba na temelju primjene Hofstede-ovog modela nacionalne kulture za odabrano strano tržište osmisliti potencijalne prilagodbe marketing strategije za odabrani proizvod.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mima Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

199	MEĐUNARODNI MARKETING	novi	Marketinška valorizacija domaćeg i stranog proizvoda na hrvatskom tržištu	Marketing evaluation of foreign vs local product on Croatian market	Cilj rada je usporediti elemente marketinga kod usporedivih proizvoda hrvatskog i stranog podrijetla. Student treba identificirati ključne elemente 4P elemenata za odabrani proizvod te napraviti istraživanje vezano uz tržišnu valorizaciju istih.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
200	MEĐUNARODNI MARKETING	novi	Karakteristike i značaj zaštite intelektualnog vlasništva u međunarodnom marketingu	Characteristics and importance of intellectual property protection in international marketing	Cilj rada je analizirati važnost i ulogu zaštite intelektualnog vlasništva u poslovanju na međunarodnom tržištu. Student treba opisati proces zaštite intelektualnog vlasništva i napraviti analizu slučaja na odabranom primjeru.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
201	Međunarodno logističko poslovanje	Novi i stari	Logistički rizici u međunarodnom poslovanju	Risk management in international logistics	Rad teorijski obrađuje logističke rizike u međunarodnoj logistici. Cilj empirijskog dijela rada je na primjeru/ima (putem analize slučaja) prikazati koji se sve rizici javljaju u međunarodnom logističkom poslovanju (robnj, transportni, financijski), kako se poslovni subjekti suočavaju s njima, te kako oni utječu na njihovo poslovanje. Na temelju analiziranog ponuditi smjernice za poboljšanjem.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
202	Međunarodno logističko poslovanje	Novi i stari	Digitalizacija i tehnološki napredak u međunarodnoj logistici	Digitization and technological progress in international logistics	Cilj rada je analizirati utjecaj digitalizacije na procese međunarodne logistike. Teorijski dio rada obuhvaća uvodno o međunarodnoj logistici, digitalizaciju i tehnološki napredak u logistici, pregled ključnih tehnologija (IoT, blockchain, AI i dr.) i izazove digitalizacije u međunarodnoj logistici. U empirijskom dijelu rada prikazat će se praktični primjeri uspješne primjene tehnologija u međunarodnoj logistici i njihove rezultate kao i preporuke za daljnji razvoj i	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

					integraciju digitalnih rješenja u logističke procese.				
203	Međunarodno logističko poslovanje	Novi i stari	Međunarodno logističko poslovanje poslovnog subjekta X	International business logistics on example X	Cilj rada je prikazati izazove i prednosti međunarodnog logističkog poslovanja. Rad teorijski pokriva sve nužne elemente međunarodnog logističkog poslovanja poslovnog subjekta (transport, dokumente, rizike, logističke strategije). U empirijskom dijelu rada student na primjeru poslovnog subjekta koji se bavi međunarodnim logističkim poslovanjem objašnjava na koji način utječe okruženje na međunarodno logističko poslovanje poslovnog subjekta, s kojim izazovima se susreću, koju vrstu transporta ili transportnu tehnologiju koriste, koju logističku strategiju koriste, te na temelju analize nudi prijedloge za poboljšanje.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
204	MEĐUNARODNO PODUZETNIŠTVO	novi	Hrvatska born-global poduzeća	Croatian born-global companies	Cilj rada je definirati born-global poduzeća i njihove karakteristike, prednosti i nedostatke ovog oblika internacionalizacije poslovanja te specifično njihove karakteristike i strukturu u Hrvatskoj (broj, veličina, djelatnosti...). Student treba napraviti studiju slučaja odabranog hrvatskog born-global poduzeća.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mima	1. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. prof. dr. sc. Mima Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

205	MEĐUNARODNO PODUZETNIŠTVO	novi	Analiza atraktivnosti stranog tržišta	Foreign market attractiveness analysis	Cilj rada je analizirati elemente koje za neko poduzeće/proizvod čine određeno tržište atraktivnim. Student treba napraviti analizu različitih modela i kriterija ocjenjivanja atraktivnosti stranog tržišta te prema odabranom modelu napraviti analizu za konkretno poduzeće/proizvod.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
206	MEĐUNARODNO PODUZETNIŠTVO	novi	Stranci-poduzetnici u Hrvatskoj	Foreign entrepreneurs in Croatia	Cilj rada je analizirati koncepciju privlačnosti poslovnog okruženja, njegove karakteristike u Hrvatskoj, te u empirijskom dijelu obraditi istu temu iz perspektive stranog poduzetnika u Hrvatskoj kroz intervju.	prof. dr. sc.	Leko Šimić	Mirna	1. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
207	Međunarodno poduzetništvo	novi	Internacionalizacija malih i srednjih poduzeća u XY industriji	Internationalization of small and medium-sized enterprises in XY industry	Cilj rada je prikazati važnost internacionalizacije za mala i srednja poduzeća te istražiti internacionalizaciju u odabranoj industriji. Industrija predstavlja specifičan kontekst i donosi neke prednosti ili izazove u procesu internacionalizacije. U empirijskom dijelu rada, student će analizirati karakteristike odabrane industrije i iskustva poduzeća u odabranoj industriji po pitanju internacionalizacije poslovanja.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
208	Međunarodno poduzetništvo	novi	Izazovi internacionalizacije malih i srednjih poduzeća	Challenges of internationalization of small and medium-sized enterprises	Internacionalizacija malih i srednjih poduzeća predstavlja specifičan proces u razvoju poduzeća. Izazovi koji mala i srednja poduzeća imaju u tom procesu se razlikuju od velikih poduzeća, stoga je cilj rada definirati i istražiti s kojim se to izazovima ona susreću. U teorijskom dijelu rada student će prikazati teorijski okvir internacionalizacije i poznatih	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica

					izazova za mala i srednja poduzeća, dok će u empirijskom dijelu rada kroz kvantitativno ili kvalitativno istraživanje ispitati iskustva odnosno izazove poduzeća u Hrvatskoj.				
209	Menadžerska ekonomija	Novi	Primjena teorije proizvodnje i troškova na analizu profitabilnosti poduzeća	Application of Production and Cost Theory in Analyzing Firm Profitability	Potrebno je objasniti teoriju proizvodnje i troškova te analizirati kako se ta teorija primjenjuje za procjenu profitabilnosti poduzeća. U radu bi se trebale obraditi vrste troškova (fiksni, varijabilni, granični) te njihov utjecaj na odlučivanje o količini proizvodnje. Praktični primjeri iz različitih industrija i analiza odnosa između skale proizvodnje i profitabilnosti dodatno mogu obogatiti rad.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član
210	Menadžerska ekonomija	Novi	Analiza tržišne moći	Market Power Analysis	Student bi trebao definirati i objasniti pojam tržišne moći te načine njezina mjerenja, poput Lernerovog indeksa. Rad bi trebao istražiti kako poduzeća stječu i održavaju tržišnu moć te kakve su posljedice toga za tržišnu učinkovitost i potrošače. Analiza bi mogla uključivati i pregled antimonopolskih politika i njihovu učinkovitost u ograničavanju tržišne moći.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član

211	Menadžerska ekonomija	Novi	Utjecaj promjena troškova proizvodnje na tržišnu ravnotežu	The Impact of Changes in Production Costs on Market Equilibrium	Student bi trebao analizirati kako promjene troškova proizvodnje (npr. zbog tehnologije, cijena inputa) utječu na ponudu, cijene i ravnotežu na tržištu. U radu bi se trebale obraditi teorijske osnove ravnoteže tržišta, kao i primjeri gdje su promjene troškova dovele do značajnih tržišnih promjena. Analiza bi mogla obuhvatiti i utjecaj vanjskih faktora poput politike i makroekonomskih uvjeta.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član
212	Menadžerska ekonomija	Novi	Procjena potražnje za proizvodom X poduzeća X	Estimation of Demand for Product X of Company X	U radu student bi trebao primjenom regresijske analize definirati funkciju potražnje za proizvodom X. Potrebno je prikazati postupak građenja i testiranja regresijskog modela. Podaci na kojima se regresijski model temelji su javno dostupni i student sam odabire kojim podacima će se služiti, odnosno sam odabire na kojem proizvodu i poduzeću će temeljiti svoj model. Ciljevi rada: Identificirati ključne čimbenike koji utječu na potražnju za proizvodom X poduzeća X; Razviti model za procjenu potražnje temeljen na prikupljenim podacima i relevantnim ekonomskim teorijama; Analizirati sezonalnost, trendove i osjetljivost potražnje na promjene cijena, dohotka ili preferencija kupaca; Predložiti preporuke poduzeću X za optimizaciju poslovnih strategija na temelju rezultata procjene potražnje.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član

213	Menadžerska ekonomija	Novi	Procjena funkcije prihoda poduzeća X	Estimation of the Revenue Function of Company X	U radu student bi trebao primjenom regresijske analize definirati funkciju prihoda poduzeća X. Potrebno je prikazati postupak građenja i testiranja regresijskog modela. Podaci na kojima se regresijski model temelji su javno dostupni (FINA, web sjedište odabranog poduzeća...) i student sam odabire kojim podacima će se služiti, odnosno sam odabire na kojem poduzeću će temeljiti svoj model. Ciljevi rada: Objasniti osnovne koncepte funkcije prihoda i njezine ključne odrednice. Razviti matematički model za procjenu funkcije prihoda poduzeća X. Analizirati utjecaj ključnih čimbenika (npr. cijena proizvoda, količina prodaje, troškovi promocije) na prihode poduzeća. Predložiti preporuke za optimizaciju prihoda poduzeća na temelju rezultata procjene funkcije prihoda.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član
-----	-----------------------	------	--------------------------------------	---	--	---------------	---------	------	--

214	Menadžerska ekonomija	Novi	Procjena funkcije troškova poduzeća X	Estimation of the Cost Function of Company X	U radu student bi trebao primjenom regresijske analize definirati funkciju troškova poduzeća X. Potrebno je prikazati postupak građenja i testiranja regresijskog modela. Podaci na kojima se regresijski model temelji su javno dostupni (FINA, web sjedište odabranog poduzeća...) i student sam odabire kojim podacima će se služiti, odnosno sam odabire na kojem poduzeću će temeljiti svoj model. Ciljevi rada: Objasniti osnovne koncepte funkcije troškova i njihove ključne odrednice. Razviti model za procjenu funkcije troškova poduzeća X na temelju dostupnih podataka. Analizirati utjecaj glavnih čimbenika (npr. obujam proizvodnje, cijene inputa) na troškove poduzeća. Pružiti preporuke za optimizaciju troškova i povećanje učinkovitosti poslovanja.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član
215	Menadžerske vještine	Novi	Izazovi u razvoju menadžerske karijere	Challenges in Developing a Managerial Career	Ne postoji jednostavan odgovor na pitanje kako biti efektivan menadžer, koje rizike ili koristi takav izbor karijere donosi i kako upravljati razvojem menadžerske karijere. Stoga je cilj ovog rada ukazati na značajke učinkovitog upravljanja menadžerskom karijerom, istaknuti važnost kontinuiranog usavršavanja u području menadžerskih vještina i kompetencija, te sistematizirati saznanja o čimbenicima koji utječu na privlačnost ili rizičnost ovakve karijere. U empirijskom dijelu potrebno je na prigodnom uzorku studenata vrednovati stavove budućih menadžera ili	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. prof. dr.sc. Julia Perić, članica 4. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

					poslodavaca o poželjnosti izbora, očekivanim koristima i rizicima u menadžerskoj karijeri, te istaknuti kakve implikacije imaju rezultati ovog istraživanja na poslovni ili obrazovni sektor.				
216	Menadžerske vještine	Novi	Razvoj menadžerskih vještina i njihova važnost u 21. stoljeću	Development of Managerial Skills and Their Importance in the 21st Century	Cilj rada je ocijeniti važnost kontinuiranog usavršavanja menadžerskih vještina za efektivno rješavanje problema suvremene poslovne prakse. Koje menadžerske vještine studenti ekonomije percipiraju kao prioritetne? Kakva je percepcija razvijenosti konceptijskih, komunikacijskih i tehničkih vještina u studentskoj populaciji? U teorijskom dijelu rada fokus je na pojmovnom određenju i razgraničenju različitih taksonomija menadžerskih vještina kao kao i na pregledu recentnih znanstvenih istraživanja u tom polju. U empirijskom dijelu rada potrebno je na prigodnom uzorku studenata ocijeniti razinu općih menadžerskih vještina i istražiti povezanost percepcije menadžerskih vještina s kriterijima menadžerske uspješnosti.	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. prof. dr.sc. Julia Perić, članica 4. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

217	Menadžerske vještine	Novi	Delegiranje kao čimbenik menadžerske uspješnosti	Delegation as a factor of managerial success	Cilj je rada ispitati kako delegiranje utječe na uspješnost menadžera. U ovom se radu propituje koliko je delegiranje važno menadžerima te koji čimbenici pridonose uspješnijem delegiranju u menadžerskoj praksi. U teorijskom dijelu odredit će se što je delegiranje, zašto je važno i koje su njegove ključne odrednice te sumirati rezultate prethodnih znanstvenih istraživanja. U empirijskom dijelu rada potrebno je na prigodnom uzorku osoba koje obnašaju menadžerske dužnosti utvrditi percepciju doprinosa delegiranja menadžerskoj učinkovitosti, izvore otpora i tipične izazove u delegiranju. Rezultate je potrebno interpretirati u odnosu na teorijski okvir te predložiti praktične smjernice za povećanje učinkovitosti delegiranja.	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. prof. dr.sc. Julia Perić, članica 4. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
218	Menadžersko računovodstvo	novi	Primjena ABC metode u uslužnim djelatnostima	Application of the ABC method in service industries	Ova tema istražuje kako se ABC metoda može prilagoditi za preciznije izračune troškova u područjima poput zdravstva, računovodstva ili financija. Praktični dio uključuje analizu troškovnih struktura unutar jednog odabranog uslužnog poduzeća te prijedlog poboljšanja korištenjem ABC metode, a u cilju unaprjeđenja profitabilnosti i kvalitete pruženih usluga.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

219	Menadžersko računovodstvo	novi	Troškovi okoliša u funkciji održivog poslovanja	Environmental costs in the sustainable enterprise function	Glavni su ciljevi ovoga rada prikazati teorijski okvir menadžerskog računovodstva okoliša i objasniti važnost troškova okoliša u kontekstu održivog poslovanja. U teorijskom dijelu rada student treba objasniti osnovne pojmove menadžerskog računovodstva okoliša, prikazati klasifikacije troškova okoliša te raspraviti relevantne zakonske i regulatorne okvire. U praktičnom dijelu, fokus je na analizi troškova okoliša konkretnog poduzeća, s naglaskom na načine njihovog praćenja i evidentiranja te preporuke za unaprijeđenje prakse u skladu s načelima održivog razvoja.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
220	Menadžersko računovodstvo	novi	Uloga inkrementalne analize u strateškom odlučivanju	The role of incremental analysis in strategic decision-making	U okviru teme potrebno je istražiti primjenu inkrementalne analize u donošenju ključnih poslovnih odluka poput određivanja cijena proizvoda, prihvatanja posebnih narudžbi ili ukidanja neprofitabilnih segmenata. U praktičnom dijelu rada potrebno je prikazati kako različiti scenariji odluka utječu na financijske i strateške rezultate poduzeća, koristeći se stvarnim poslovnim podacima ili simuliranim primjerima.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
221	Menadžersko računovodstvo	novi	Optimizacija proizvodnih procesa korištenjem obračuna troškova na temelju aktivnosti	Optimization of production processes using activity-based costing	Cilj ovoga rada je prikazati osnovna načela i koncepte ABC metode te njezinu ulogu u optimizaciji proizvodnih procesa. U teorijskom dijelu rada student treba prikazati principe ABC metode, objasniti njezinu primjenu u poboljšanju kvalitete i učinkovitosti proizvodnih procesa te istaknuti važnost točne raspodjele troškova po aktivnostima i njezin utjecaj na donošenje poslovnih odluka.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

					Empirijski dio rada usmjeren je na analizu stvarnih podataka iz proizvodnog poduzeća kako bi se predložile konkretne mjere za smanjenje troškova.				
222	Menadžersko računovodstvo	novi	Metode određivanja cijena proizvoda u konkurentnom okruženju	Methods of product pricing in a competitive environment	Glavni su ciljevi ovoga rada prikazati ključne metode određivanja cijena, uključujući troškovno i tržišno orijentirane pristupe te objasniti načine prilagodbe cijena uvjetima visoke konkurencije i promjenjivih tržišnih okolnosti. U teorijskom dijelu student treba detaljno obraditi načela pojedinih pristupa određivanju cijena, analizirati njihove prednosti i nedostatke te istaknuti čimbenike koji utječu na donošenje cijena u praksi. Empirijski dio rada uključuje analizu primjene ovih metoda u odabranom poduzeću ili industriji te prijedlog optimalne strategije za povećanje konkurentske prednosti poduzeća.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

223	Menadžment financijskih institucija	Stari	Tržišni rizici odabranog financijskog instrumenta	Market risks of the selected financial instrument	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Mjere tržišnih rizika; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta (dionica, fond, indeks, ETF); 4. Analiza tržišnih rizika odabranog financijskog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Analizirati i kvantificirati tržišne rizike povezane s odabranim financijskim instrumentom, identificirati ključne faktore rizika, te predložiti strategije za njihovo upravljanje i mitigaciju. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su glavni tržišni rizici povezani s odabranim financijskim instrumentom? 2. Kako volatilnost tržišta utječe na cijenu i performanse odabranog financijskog instrumenta? 3. Koje metode upravljanja rizicima su najučinkovitije za minimiziranje tržišnih rizika ovog instrumenta? 4. Kako makroekonomski faktori utječu na tržišne rizike odabranog financijskog instrumenta?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	--	---	--	------------------	---------------	----------------	--

224	Menadžment financijskih institucija	Stari	Rizici u bankarskom poslovanju na primjeru banke X	Risks in banking business on the example of bank X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Rizici bankarskog poslovanja; 3. Upravljanje rizicima u banci X; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Identificirati ključne rizike u bankarskom poslovanju. 2. Analizirati specifične rizike s kojima se suočava banka X. 3. Procijeniti utjecaj tih rizika na poslovanje banke. 4. Predložiti strategije za upravljanje i smanjenje rizika. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su glavni rizici s kojima se suočava banka X u svom poslovanju? 2. Kako banka X upravlja kreditnim rizikom? 3. Na koji način banka X procjenjuje i upravlja tržišnim rizikom? 4. Kako operativni rizici utječu na poslovanje banke X? 5. Koje strategije koristi banka X za smanjenje rizika likvidnosti?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	--	--	--	------------------	---------------	----------------	--

225	Menadžment financijskih institucija	Stari	Mjerenje rizičnosti ulaganja u dionicu/indeks/fond/ETF X korištenjem Value-at- Risk metodologije	Measuring the riskiness of investing in stock/index/fund/ETF X using the Value-at-Risk methodology	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Value-at-Risk metodologija; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta; 4. Rizičnost ulaganja u odabrani instrument; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) Analizirati i primijeniti Value-at-Risk (VaR) metodologiju za procjenu rizičnosti ulaganja u odabranu dionicu/indeks/fond/ETF X; 2) Ispitati pouzdanost i ograničenja VaR modela u kontekstu financijskih tržišta; 3) Predložiti poboljšanja ili alternativne pristupe za preciznije mjerenje rizika. Istraživačka pitanja su: 1. Kako se Value-at-Risk (VaR) metodologija može primijeniti na mjerenje rizičnosti ulaganja u dionicu/indeks/fond/ETF X? 2. Koje su prednosti i ograničenja korištenja VaR metodologije u procjeni rizika ulaganja u X? 3. Kako različiti vremenski horizonti utječu na procjenu rizika ulaganja u X korištenjem VaR? 4. Kako se povijesni podaci o volatilnosti X odražavaju na VaR procjene? 5. Koje su alternative VaR metodologiji u mjerenju rizičnosti ulaganja u X i kako se one uspoređuju?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	---	--	---	------------------	---------------	----------------	--

226	Menadžment financijskih institucija	Stari	Monte Carlo simulacije u financijama na primjeru dionice/indeksa/fonda/ETF- a X	Monte Carlo simulations in finance on the example of stock/index/fund/ETF X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o Monte Carlo simulacijama; 3. Prikaz odabranog financijskog instrumenta; 4. Monte Carlo simulacija na primjeru odabranog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) objasniti teorijske osnove Monte Carlo simulacija, 2) primijeniti simulacije na odabrani financijski instrument (dionica/indeks/fond/ETF X), 3) analizirati rezultate simulacija u kontekstu procjene rizika i povrata, te 4) evaluirati učinkovitost i ograničenja metode u financijskom modeliranju. Istraživačka pitanja su: 1. Kako Monte Carlo simulacije mogu predvidjeti buduće kretanje cijena dionice/indeksa/fonda/ETF-a X? 2. Koja je točnost Monte Carlo simulacija u procjeni rizika i povrata za dionicu/indeks/fond/ETF X? 3. Kako različiti parametri utječu na rezultate Monte Carlo simulacija za dionicu/indeks/fond/ETF X? 4. U kojoj mjeri Monte Carlo simulacije pomažu u donošenju investicijskih odluka za dionicu/indeks/fond/ETF X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	--	--	---	------------------	---------------	----------------	--

227	Menadžment financijskih institucija	Stari	Tehnička analiza i njena primjena na dionici/indeksu/fondu/ETF- u X	Technical analysis and its application on the stock/index/fund/ETF X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Tehnička analiza; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta; 4. Tehnička analiza odabranog financijskog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: istražiti principe tehničke analize, primijeniti ih na odabranu dionicu/indeks/fond/ETF X, evaluirati učinkovitost korištenih metoda te predložiti strategije za optimizaciju ulaganja. Istraživačka pitanja su: 1. Koji tehnički indikatori najpreciznije predviđaju kretanje cijene dionice/indeksa/fonda/ETF-a X? 2. Kako primjena tehničke analize utječe na odluke o ulaganju u dionicu/indeks/fond/ETF X? 3. Koliko su pouzdane tehničke analize u usporedbi s fundamentalnom analizom za dionicu/indeks/fond/ETF X? 4. Koje su prednosti i nedostaci korištenja tehničke analize na dionici/indeksu/fondu/ETF-u X? 5. Kako povijesni podaci o cijenama utječu na učinkovitost tehničke analize za dionicu/indeks/fond/ETF X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	--	--	---	------------------	---------------	----------------	--

228	Menadžment financijskih institucija	Stari	Analiza rizika i prinosa odabranih UCITS fondova	Risk and return analysis of selected UCITS funds	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o UCITS fondovima; 3. Industrija UCITS fondova u Hrvatskoj (statistika); 4. Rizici i prinosi odabranih fondova; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) Identificirati ključne rizike povezane s odabranim UCITS fondovima, 2) Kvantificirati povijesne prinose tih fondova, 3) Usporediti rizik i prinos s relevantnim tržišnim indeksima, 4) Predložiti strategije za optimizaciju portfelja na temelju analize. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni faktori rizika povezani s odabranim UCITS fondovima? 2. Kako se prinosi odabranih UCITS fondova uspoređuju s tržišnim indeksom? 3. Koje su strategije upravljanja rizikom najefikasnije za odabrane UCITS fondove? 4. Kako makroekonomski uvjeti utječu na performanse odabranih UCITS fondova? 5. Koja je korelacija između rizika i prinosa u odabranim UCITS fondovima?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	--	-------	---	--	---	------------------	---------------	----------------	--

229	Menadžment financijskih institucija	Stari	Sustav upravljanja rizicima u odabranom poduzeću	Risk management system in the selected company	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o upravljanju rizicima; 3. Primjer sustava upravljanja rizicima u odabranom poduzeću; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su analizirati postojeći sustav upravljanja rizicima u odabranom poduzeću, identificirati ključne rizike, procijeniti učinkovitost trenutnih strategija upravljanja rizicima te predložiti poboljšanja za optimizaciju procesa i smanjenje potencijalnih negativnih utjecaja na poslovanje. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni elementi sustava upravljanja rizicima u odabranom poduzeću? 2. Kako odabrano poduzeće identificira i procjenjuje rizike? 3. Koje strategije koristi poduzeće za ublažavanje identificiranih rizika? 4. Kako sustav upravljanja rizicima utječe na poslovne odluke i performanse poduzeća? 5. Koje su prednosti i nedostaci trenutnog sustava upravljanja rizicima u poduzeću?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
230	Menadžment inovacija	Novi	Usporedba nacionalnih inovacijskih kapaciteta zemalja EU	Comparison of national innovation capacities of EU countries	Cilj diplomskog rada je analizirati inovacijske kapacitete zemalja članica EU na temelju Global Innovation Index-a (GII) i European Innovation Scoreboard-a (EIS). Fokus je na ključnim indikatorima kao što su ulaganja u istraživanje i razvoj, broj патената, i suradnja između akademske i poslovne zajednice, a poseban naglasak je na položaju Hrvatske u europskom kontekstu i analizu smjernica za jačanje nacionalnog inovacijskog kapaciteta RH. Istraživački dio rada obuhvaća analizu	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

					sekundarnih podataka koristeći izvore Global Innovation Index i European Innovation Scoreboard.				
231	Menadžment inovacija	Novi	Izazovi i metode mjerenja inovacijskog kapaciteta organizacije	Challenges and methods of measuring the organization's innovation capacity	Ovaj diplomski rad ima za cilj istražiti različite pristupe i metode za mjerenje inovacijskog kapaciteta organizacija, uključujući njihove prednosti, nedostatke i ograničenja. Fokus rada je na teorijskim modelima koji se koriste za procjenu inovacijskog kapaciteta (npr. OECD-ov Oslo priručnik, Innovation Capability Maturity Model, Balanced Scorecard za inovacije), ključnim indikatorima (kao što su ulaganja u istraživanje i razvoj, broj novih proizvoda i usluga, suradnja s vanjskim partnerima, organizacijska kultura koja potiče inovacije i sl.), te empirijsku analizu jednog ili više primjera iz prakse (npr. analiza godišnjih izvješća kompanija ili korištenje postojećih baza podataka poput European Innovation Scoreboard-a).	izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

232	Menadžment rizika	Stari	Procjena upravljanja rizicima i korporativnim strategijama u niskobudžetnim poduzećima na primjeru poduzeća X	Assessment of risk management and corporate strategies in low-budget companies on the example of company X	Istraživanje strategija upravljanja rizicima i korporativnih strategija koje koriste niskobudžetna poduzeća. Potrebno je odabrati niskobudžetno poduzeće te na primjeru poduzeća napraviti analizu korporativne strategije koju poduzeće koristi, probleme s kojima se suočava te je potrebno napraviti analizu strategije upravljanja rizicima koju poduzeće primjenjuje. Ukoliko poduzeće ne primjenjuje niti jednu strategiju upravljanja rizicima, potrebno je na temelju analize korporativne strategije i problema koji utječu na poslovanje predložiti strategiju upravljanja rizicima. Potrebno je odabrati poduzeće X te prikazati procjenu upravljanja rizicima i korporativnim strategijama u odabranom poduzeću.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. dc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član
233	Menadžment rizika	Stari	Menadžment rizika u opskrbnim lancima	Risk management in supply chains	Potrebno je ispitati kako sadašnji trendovi u upravljanju globalnim opskrbnim lancima utječu na razvoj strategija upravljanja rizicima. Trenutno prisutni industrijski trendovi kao što su povećanje strateškog outsourcinga tvrtki, globalizacija tržišta, oslanjanje na dobavljače specijaliziranih sposobnosti i inovacija, oslanjanje na opskrbne mreže koje omogućuju konkurentnu prednost. Navedeni trendovi očitovali su se u povećanju outsourcinga i off-shoringa u proizvodnji i istraživačkim i razvojnim aktivnostima, korištenjem materijala iz zemalja s nižom cijenom rada kako bi se smanjili operativni troškovi. Proširenje i promjene lanaca opskrbe pridonose globalnoj zabrinutosti,	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. dc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član

					povećanju rizika od poremećaja koji mogu nastati u opskrbnim lancima.				
234	Menadžment rizika	Stari	Identifikacija rizika investicijskog projekta mjerenjem portfolio efekta na primjeru poduzeća X	Identification of investment project risk by measuring the portfolio effect on the example of company X	Postupak odabira investicijskog projekta mjerenjem portfolio efekta temelji se na primjeni diskretnih vjerojatnosti koje su izraz subjektivnih procjena ekonomskih analitičara o mogućim stanjima okoline u kojoj će se ostvarivati gotovinski tokovi investicijskog projekta i drugih sredstava poduzeća. Mjerenje portfolio efekta temelji se na mjerilima disperzije pomoću kojih se utvrđuje razlika u varijabilnosti očekivanih rezultata ukupnih sredstava poduzeća prije i nakon investiranja. Portfolio efekt mjeri se na dva načina, statičkim i dinamičkim pristupom mjerenja. Potrebno je odabrati poduzeće X i projekte u koje poduzeće planira ulagati te na temelju portfolio efekta donijeti odluku o investiranju.	prof. dr. sc.	Kristek	Ivan	1. prof. dr. dc. Ivana Barković Bojanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 4. izv. prof. dr. sc. Dražen Koški, zamjenski član

235	Metode potpore odlučivanju	Novi	Višekriterijalna analiza kao alat za donošenje odluka	Multi-Criteria Analysis as a Decision-Making Tool	Tema se bavi primjenom višekriterijalne analize (MCA) kao alata za donošenje odluka u složenim poslovnim i ekonomskim situacijama, gdje je potrebno uzeti u obzir više kriterija. Fokus je na različitim metodama višekriterijalnog odlučivanja, njihovim prednostima i primjeni u različitim industrijama. Ciljevi rada su istražiti osnovne metode višekriterijalne analize, analizirati kako se one primjenjuju u donošenju poslovnih odluka, te prikazati ključne izazove i prednosti korištenja višekriterijalne analize u realnim situacijama. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o višekriterijalnoj analizi. Teorijski dio treba obuhvatiti: osnovne principe višekriterijalne analize i njezinu ulogu u procesu donošenja odluka; pregled najpoznatijih metoda višekriterijalne analize (npr. AHP, TOPSIS, SAW, ELECTRE); prednosti i ograničenja višekriterijalne analize u usporedbi s drugim metodama odlučivanja; primjena višekriterijalne analize u poslovnim i ekonomskim procesima (npr. odabir dobavljača, razvoj novih proizvoda, odabir lokacije); studije slučaja iz literature koje ilustriraju uspješnu primjenu višekriterijalne analize u različitim industrijama.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Jasna Horvat, zamjenski član
-----	----------------------------	------	---	---	---	---------------	------	---------	---

236	Metode potpore odlučivanju	Novi	Proces donošenja odluka pomoću AHP metode	Decision-Making Process Using the AHP Method	Tema se bavi primjenom Analitičkog hijerarhijskog procesa (AHP) kao metodom za donošenje odluka u složenim situacijama, gdje je potrebno razmatrati više kriterija. Fokus je na detaljnoj analizi kako AHP metoda pomaže u strukturiranju problema, vrednovanju alternativa i donošenju racionalnih odluka. Ciljevi rada su istražiti osnovne korake AHP metode, analizirati njezine prednosti u odnosu na druge metode odlučivanja, te pokazati njezinu primjenu u različitim industrijskim i poslovnim kontekstima. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o primjeni AHP metode u poslovnim procesima. Teorijski dio treba obuhvatiti: osnovne principe AHP metode i njezini koraci (definiranje ciljeva, izrada hijerarhije, davanje težinskih koeficijenata, analiza rezultata); prednosti AHP metode u odnosu na druge metode višekriterijalnog odlučivanja; primjenu AHP metode u poslovnim procesima (npr. odabir dobavljača, strateško planiranje, odabir investicija); komparaciju AHP metode s drugim metodama odlučivanja u kompleksnim uvjetima; studije slučaja iz literature koje ilustriraju uspješnu primjenu AHP metode u različitim industrijama.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Jasna Horvat, zamjenski član
-----	----------------------------	------	---	--	--	---------------	------	---------	---

237	Metode potpore odlučivanju	Novi	Proces donošenja odluka pomoću A'WOT metode	Decision-Making Process Using the A'WOT Method	Tema se bavi primjenom A'WOT metode, koja kombinira Analitički hijerarhijski proces (AHP) i SWOT analizu, kao metodom za donošenje odluka u kompleksnim poslovnim situacijama. Fokus je na tome kako ova metoda pomaže u strukturalnom pristupu donošenju odluka, uzimajući u obzir unutarnje snage i slabosti organizacije, te vanjske prilike i prijetnje. Ciljevi rada su istražiti osnovne korake A'WOT metode, analizirati njezine prednosti u odnosu na klasične metode odlučivanja, te pokazati njezinu primjenu u različitim industrijskim i poslovnim kontekstima. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o primjeni A'WOT metode u poslovnom odlučivanju. Teorijski dio treba obuhvatiti: osnovne principe A'WOT metode i njezine korake (kombinacija SWOT analize i AHP metode); prednosti A'WOT metode u donošenju odluka u poslovnim i strateškim procesima; razlike između A'WOT metode i tradicionalnih metoda odlučivanja (SWOT analiza, AHP); primjena A'WOT metode u poslovnim procesima (npr. odabir tržišta, razvoj novih proizvoda, strateško planiranje); studije slučaja iz literature koje ilustriraju uspješnu primjenu A'WOT metode u različitim industrijama.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof. dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Jasna Horvat, zamjenski član
-----	----------------------------	------	---	--	--	---------------	------	---------	---

238	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Provedba metodologije istraživačkog odlučivanja: <i>kvalitativna istraživanja</i> u ekonomiji	Implementation of research decision-making methodology: qualitative research in economics	Izbor strategije i taktike prvi su koraci u oblikovanju istraživačkog nacrtu i plana te smjernice u izboru njegove provedbe. Kvalitativna istraživanja u ekonomiji primjenjuju se kao vrsta istraživačke taktike, a razlozi za njihovu provedbu pojašnjavaju se i dokazuju povezano s teorijskim spoznajama o predmetu istraživanja i prethodno provedenim istraživanjima. Cilj ovoga rada istražiti je razloge za provedbu kvalitativnih istraživanja, načine prikupljanja i organiziranja prikupljenih podataka, primjerene analize i tumačenja. Na temelju izabranog slučaja u radu se raspravlja o prednostima i ograničenjima provedenog kvalitativnog istraživanja.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član
239	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Provedba metodologije istraživačkog odlučivanja: <i>kvantitativna istraživanja</i> u ekonomiji	Implementation of research decision-making methodology: quantitative research in economics	Provedba metodologije istraživačkog odlučivanja povezana je s prethodno donesenim odlukama o istraživačkoj strategiji i taktici. Kvantitativna istraživanja u ekonomiji definirana su odlukom o istraživačkoj taktici i dijelom su istraživačkog nacrtu i plana. Cilj ovoga rada istražiti je postupke prikupljanja i analize podataka u provedbi kvantitativnih istraživanja u ekonomiji. Uz teorijski pregled razvoja i odlika izabranih postupaka pri provedbi kvantitativnih istraživanja u ekonomiji, u radu se donose primjeri primjene te se kritički raspravlja o njihovim prednostima i ograničenjima.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član

240	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Metodologija primjene sekundarnih podataka i njihova uloga u ekonomiji	The methodology of the application of secondary data and their role in the economy	Sekundarni podatci u sve većem obimu javno su dostupni i otvoreni istraživačkim analizama. Riječ je o arhivskim istraživanjima u kojima se obuhvaćaju već postojeći podatci (sekundarni, pseudoprimarni ili tercijarni) da bi se prilagodili postavljenom istraživačkom cilju usmjerenom ekonomskom predmetu istraživanja. Cilj ovoga rada istražiti je sekundarne podatke koji su javno dostupni ili ustupljeni na zahtjev, načine i postupke dolaženja do takvih podataka, navođenje izvora, analitičkih postupaka i tumačenja rezultata. Uz teorijska pojašnjenja vezana uz vrstu i prirodu sekundarnih podataka primjerenih za analizu ekonomskih pitanja, u radu se donose primjeri kvalitativnih, kvantitativnih i mješovitih sekundarnih podataka te se kritički razmatraju njihove karakteristike, prednosti, ograničenja i uloga u ekonomiji.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član
241	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Metodologija anketnih istraživanja i njihova primjena u ekonomiji	Methodology of survey research and application in economics	Anketna istraživanja široko se primjenjuju u ekonomskim istraživanjima neovisno o istraživačkom polju, a na temelju postavljenog istraživačkog cilja, odnosno nacrtu i plana istraživanja. Cilj ovoga rada istražiti je razloge za primjenu anketnih istraživanja, načine njihove provedbe te razlike primjene s obzirom na zahtjeve istraživačkih polja ili uzoraka. Teorijska razrada pojma anketnih istraživanja usmjerena je konceptima predstavljenim u primjerima izabranih ekonomskih slučajeva. U raspravi rada anketna istraživanja kritički se razmatraju te se na temelju analiziranih primjera navode	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član

					temeljne prednosti, ograničenja i načini njihova nadvladavanja.				
242	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Metodologija studije slučaja i primjena u ekonomiji	Case study methodology and application in economics	Metodologija studije slučaja u ekonomiji nalazi široku primjenu kako u ekonomskim poljima tako i u ekonomskim temama. Raznovrsna primjena studije slučaja otvara pitanja tipiziranja i sistematiziranja metodoloških postupaka koji se najčešće primjenjuju u ekonomskim istraživanjima. Cilj ovoga rada istražiti je načine i postupke primjene studije slučaja u ekonomiji s obzirom na jedinice analize (pojedinaac, poduzeće, lokalna zajednica ili država) i analiziranje njihovih relacija ako supostoje. U izabranim primjerima studija slučaja uspoređuju se primijene strategije, taktike i provedbe istraživanja te opće karakteristike analiziranih slučaja.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član

243	Metodologija istraživanja	novi studijski program	Metodologija istraživačkoga rada s uzorcima i njihova primjena u ekonomiji	Sampling methods and application in economics	Metoda uzoraka u istraživačkoj provedbi ekonomskih istraživanja primjenjuje se u postupku prikupljanja podataka. Cilj ovoga rada istražiti je metodologiju rada s uzorcima i njihovu primjenu u ekonomiji. Naglas se pri tome stavlja na primarna istraživanja i izradu istraživačkog plana kojim se planiraju uzorci, prikupljanje podataka i primjerene analize. U teorijskoj razradi teme opisuju se vrste uzoraka i izbor ciljane populacije te načini prikupljanja podataka s ili bez prisutnog istraživača. Na primjeru sekundarnih podataka Eurostatova istraživanja, analizira se postupak provedenog istraživanja u kojemu je primijenjena metoda uzoraka.	prof. dr. sc.	Horvat	Jasna	1. prof. dr. sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Jasna Horvat, članica 4. doc. dr. sc. Dario Šebalj, zamjenski član
244	Mobilni marketing	Stari	Mobilni marketing u sportu: Povezivanje navijača i timova	Mobile Marketing in Sports: Connecting Fans and Teams	Cilj rada je istražiti na koji način mobilni marketing, kroz strategije kao što su mobilne aplikacije, geolokacijski marketing i push obavijesti, doprinosi povezivanju sportskih timova s njihovim navijačima. Teorijski dio uključuje pregled literature o mobilnom marketingu u sportu i analizu uspješnih primjera iz prakse. U radu će se provesti i empirijsko istraživanje na temu percepcije i zadovoljstva korisnika sportskih mobilnih platformi. Rad ima za cilj identificirati ključne čimbenike uspjeha i izazove mobilnog marketinga u sportskom sektoru.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

245	Mobilni marketing	Stari	Modeli monetizacije u mobilnom marketingu	Monetization Models in Mobile Marketing	Cilj rada je opisati prihodovne modele u mobilnom marketingu te istaknuti primjere koji model treba prilagoditi ovisno o različitim segmentima poslovanja. Svrha je pružiti teorijski pregled modela i relevantne literature te provesti primarno istraživanje kako bi se istražila njihova praktična primjena i učinkovitost. Metodologija uključuje teorijsku analizu dostupnih modela monetizacije te primarno istraživanje kroz online anketu i potencijalno kroz intervjue s korisnicima i stručnjacima iz mobilnog marketinga. Rezultati će omogućiti uvid u prilagodbu modela različitim industrijama i potrebama tržišta.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
246	Mobilni marketing	Stari	Mobilno oglašavanje na društvenim mrežama i tražilicama	Mobile Advertising on Social Networks and Search Engines	Cilj rada je prikazati ključne razlike oglašavanja na različitim uređajima. U teorijskom dijelu rada potrebno je opisati koji su koraci potrebni kod razvijanja programa oglašavanja na mobilnim uređajima i tražilicama te koji su potencijali istih. U praktičnom djelu rada potrebno je prikazati kampanju oglašavanja na mobilnim uređajima za stvarni poslovni subjekt.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
247	Mobilni marketing	Stari	Metrika mobilnog marketinga	Mobile Marketing Metrics	Cilj rada je analizirati i procijeniti ključne analitičke alate za mjerenje metrike marketinških aktivnosti putem naprednih mobilnih uređaja. Kroz teorijski dio, rad će istražiti mogućnosti i ograničenja tih alata, dok će praktični dio, putem studije slučaja, demonstrirati njihovu primjenu u mjerenju i vrednovanju uspješnosti marketinških kampanja. Radom se nastoji sintetizirati postojeće znanje i	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

					predložiti optimalne pristupe primjeni analitičkih alata u mobilnom marketingu.				
248	Mobilni marketing	Stari	Marketinški potencijali mobilnih igara	Marketing Potentials of Mobile Games	Cilj rada je istražiti i analizirati trendove u mobilnoj zabavi te vrednovati kako mobilne igre mogu poslužiti kao strateški kanal komunikacije s potrošačima u mobilnom okruženju. Rad će također sintetizirati postojeće spoznaje o marketinškim potencijalima mobilnih igara te prikazati konkretne primjere uspješnih primjena ovog kanala. Kroz teorijski pregled i praktičnu analizu, rad će predložiti smjernice za optimizaciju komunikacijskih strategija temeljenih na mobilnoj zabavi.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
249	Mobilni marketing	Stari	Marketinški potencijal virtualnih glasovnih asistenata	Marketing Potential of Virtual Voice Assistants	Virtualni glasovni asistenti zbog mogućnosti obavljanja zadataka rado su prihvaćeni u svakodnevnom poslovnim aktivnostima. Cilj rada je prikazati potencijale navedene tehnologije kroz prikaz primjera dobre prakse i stavova korisnika o prihvaćanju navedene tehnologije.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

250	Modeli višekriterijskog odlučivanja	novi	Analiza rizika i opcija u investicijskom odlučivanju	Risk and Option analysis in Investment decision-making	Cilj ovog rada je analizirati ključne metode procjene rizika i raspoloživih alternativa u investicijskom odlučivanju uz primjenu odabranih metoda višekriterijskog odlučivanja. Istraživačka pitanja potom mogu obuhvatiti slijedeće: Na koji način metode višekriterijskog odlučivanja mogu unaprijediti procjenu rizika i alternativa u investicijskom odlučivanju?; Koji su ključni faktori koje treba uzeti u obzir pri kombiniranju analize rizika i metoda višekriterijskog odlučivanja? Od studenta/studentice se očekuje teorijska obrada metoda analize rizika i odabranih metoda višekriterijskog odlučivanja te u empirijskom dijelu rada primijena na konkretnom poslovnom primjeru i izvođenje zaključaka o postavljenom problemu. Na temelju provedene analize student/studentica bi trebao/la donijeti zaključke o rizičnosti investicije, optimalnim alternativama i dati preporuke za donositelja odluke uzevši u obzir važnost kriterija odlučivanja i karakteristike svake opcije.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivan Kristek, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
251	Multimedijski marketing	Novi	Percepcija i učinkovitost personaliziranih oglasa na društvenim mrežama	Perception and Effectiveness of Personalized Ads on Social Media	Istražuje percepciju i utjecaj na stavove, ponašanje i konačne odluke o kupnji koje donose kupci. Personalizirani oglasi i njihova struktura (dizajn, video isječci, boja) postaju ključan čimbenik u digitalnom marketingu. Rad istražuje percepciju personaliziranih oglasa i njihov utjecaj na stavove, ponašanje i odluke korisnika društvenih mreža. Cilj rada je utvrditi kako korisnici doživljavaju ove oglase - kao relevantne i korisne ili nametljive i iritantne.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član

					Metodologija uključuje izradu online ankete kojom će se prikupiti stavovi i iskustva korisnika društvenih mreža kako bi se ponudili konkretni zaključci o učinkovitosti ovakvih oglasa.				
252	Multimedijski marketing	Novi	Utjecaj video sadržaja na angažman korisnika na društvenim mrežama	The Impact of Video Content on User Engagement on Social Media	Rad analizira ulogu različitih formata i kvalitete video sadržaja u privlačenju pažnje korisnika društvenih mreža. Poseban fokus je na elementima poput trajanja, vizualnih efekata, narativa i poziva na akciju. Cilj je istražiti kako video sadržaj utječe na ponašanje korisnika, uključujući interakciju, dijeljenje i lojalnost. Metodologija se temelji na anketama koje će istražiti navike korisnika u vezi s konzumiranjem video sadržaja te analizom angažmana na platformama poput Instagrama i YouTube-a.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član
253	Multimedijski marketing	Novi	Utjecaj boja, tipografije i vizualnih elemenata na percepciju oglasa	The Influence of Colors, Typography, and Visual Elements on Ad Perception	Tema istražuje kako ključni vizualni elementi poput boja, tipografije i dizajna oblikuju percepciju oglasa i emocionalne reakcije potrošača. Cilj rada je analizirati kako se vizualni elementi koriste u multimedijskim oglasima za stvaranje percepcije vrijednosti i poticanje odluka o kupnji. Planira se provođenje anketa i analiza preferencija potrošača u odnosu na različite vizualne stilove i dizajne oglasa.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član

254	Multimedijski marketing	Novi	Interaktivni sadržaj i njegova uloga u povećanju angažmana korisnika društvenih mreža	Interactive Content and Its Role in Boosting User Engagement on Social Media	Rad istražuje ulogu interaktivnog sadržaja, poput anketa, kvizova i live prijenosa, u povećanju angažmana korisnika na društvenim mrežama. Interaktivnost omogućuje dvosmjernu komunikaciju između brendova i korisnika, potičući aktivnije sudjelovanje publike. Cilj istraživanja je utvrditi stavove korisnika o interaktivnom sadržaju te analizirati kako on utječe na njihovu lojalnost i interakciju s brendovima. Metodologija uključuje online ankete i studije slučaja kako bi se prikupili podaci o korisničkim iskustvima.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član
255	Multimedijski marketing	Novi	Uloga multimedijskog marketinga u izgradnji brenda	The Role of Multimedia Marketing in Brand Building	Ovaj rad istražuje kako multimedijski marketing, kroz formate poput videa, infografika i animacija, doprinosi izgradnji brenda. Poseban fokus je na percepciji korisnika i uspješnosti različitih formata u prenošenju ključnih poruka i jačanju imidža brenda. Metodologija uključuje analizu tržišnih studija, ankete među korisnicima te evaluaciju izazova i prednosti primjene multimedijskih kampanja u suvremenom poslovanju.	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član
256	Multimedijski marketing	Novi	Vizualni i tekstualni sadržaj u multimedijskom marketingu: utjecaj na angažman korisnika	Visual and Textual Content in Multimedial Marketing: Impact on User Engagement	Ovaj rad istražuje ulogu vizualnog i tekstualnog sadržaja u prenošenju marketinške poruke i njegov utjecaj na angažman korisnika. Fokus je na analizi uspješnosti različitih formata sadržaja na društvenim mrežama i web stranicama. Cilj je razumjeti koje vrste sadržaja najbolje privlače i zadržavaju korisnike. Svrha je pružiti smjernice za optimizaciju digitalnih sadržaja s ciljem povećanja angažmana i konverzija. Metodologija:	prof. dr. sc.	Turkalj	Davorin	1. prof. dr. sc. Antun Biloš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr.sc. Ivan Kelić, zamjenski član

					Eksperimentalno istraživanje uspješnosti različitih tipova sadržaja ili analiza podataka o angažmanu (klikovi, vrijeme provedeno na stranici) ili primarno istraživanje uz pomoć online anketnog upitnika.				
257	Neuromarketing	Novi	Korištenje EEG i fMRI tehnologija u istraživanju tržišta	Using EEG and fMRI Technologies in Market Research	Cilj je istražiti kako neuroznanstveni alati poput EEG-a i fMRI-a doprinose dubljem razumijevanju potrošača, posebice njihovih emocionalnih i kognitivnih reakcija na marketinške podražaje. Teorijski dio obuhvaća pregled temelja neuroznanosti i njihovih dosadašnjih primjena u marketingu, uključujući psihološke modele emocionalnih procesa i donošenja odluka. Empirijski dio može uključivati provođenje laboratorijskih eksperimenata u kojima se mjeri moždana aktivnost pri prikazu oglasa ili brand-stimulansa, ili sistematiziranu meta-analizu postojećih studija. Metodološki pristup pretežno je kvantitativan (analiza neuroloških podataka, statističke korelacije), no kvalitativni elementi (intervjui, opažanja) mogu produbiti interpretaciju rezultata i njihovu primjenu.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član

258	Neuromarketing	Novi	Primjena neuromarketinga u razvoju proizvoda	Application of Neuromarketing in Product Development	Cilj je utvrditi u kojoj mjeri neuromarketinške metode mogu unaprijediti proces razvoja novih proizvoda, obuhvaćajući faze od konceptualizacije i testiranja prototipova do tržišnog lansiranja. Teorijski dio razmatra vezu između neuroznanstvenih spoznaja i ciklusa razvoja proizvoda, ističući važnost razumijevanja potrošačkih emocija i motivacija. Analiziraju se teorije percepcije, bihevioralno-ekonomski modeli odlučivanja i upravljanje inovacijama. Empirijski dio može uključivati eksperimentalne studije (npr. testiranje prototipova uz praćenje EEG signala) ili analizu postojećih slučajeva tvrtki koje su koristile neuromarketing. Metodološki pristup često je kombinacija kvantitativnih pokazatelja (moždana aktivnost, biometrija) i kvalitativnih pristupa (fokus-skupine, intervjui) radi cjelovitijeg uvida u to kako potrošači reagiraju na nove koncepte proizvoda.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
-----	----------------	------	--	--	--	---------------	--------	--------	--

259	Neuromarketing	Novi	Budućnost neuromarketinga	The Future of Neuromarketing	Cilj je predvidjeti smjerove razvoja i potencijalna ograničenja neuromarketinga, uzimajući u obzir nove tehnološke inovacije, društvene trendove i etičke dileme. Teorijski dio obuhvaća recentna istraživanja i tehnološka dostignuća (primjerice primjenu umjetne inteligencije za interpretaciju neuro-podataka), kao i kritičke poglede na mogućnost manipulacije potrošačkim umom. Potrebno je sintetizirati postojeće teorijske spoznaje o evoluciji neuromarketinga. Empirijski dio može se oslanjati na intervjue sa stručnjacima i znanstvenicima (kvalitativni pristup) ili meta-analizu postojećih studija, pri čemu se ispituju trendovi i prognoze. Metodološki pristup uglavnom je kvalitativan (npr. Delphi metoda), no može se dopuniti i kvantitativnim analizama (bibliometrijska istraživanja) radi stvaranja cjelovite slike budućnosti ovoga područja.	prof. dr. sc.	Pancić	Mladen	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mladen Pancić, član 4. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, zamjenski član
260	Obiteljsko poduzetništvo	Novi	Faktori utjecaja na nastanak obiteljskog poduzeća	Factors influencing establishing of family business	Cilj rada je istražiti faktore koji utječu na nastanak obiteljskog poduzeća uz primjenu teorijskog okvira koji identificira ključne faktore utjecaja, s posebnim fokusom na karakteristike obitelji i individualne karakteristike poduzetnika. Empirijski dio rada uključuje provedbu intervjua s vlasnicima obiteljskih poduzeća u cilju identifikacije faktora koji su utjecali na nastanak obiteljskih poduzeća.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica

261	Obiteljsko poduzetništvo	Novi	Obiteljski ustav i obiteljski protokol u hrvatskoj poslovnoj praksi	Family constitution and family protocol in Croatian business practice	Cilj rada je istražiti ulogu obiteljskog ustava i obiteljskog protokola kao alata za unaprjeđenje komunikacije među članovima obitelji vezano uz generacijsku tranziciju. Osim teorijskog pregleda na ovu temu, rad uključuje i empirijsko istraživanje među predstavnicima obiteljskih poduzeća u Hrvatskoj o poznavanju uloge i sadržaja obiteljskog ustava i protokola.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica
262	Obiteljsko poduzetništvo	Novi	Izazovi multigeneracijskog upravljanja obiteljskim poduzećem	Challenges of multigenerational management in family business	Cilj rada je istražiti izazove s kojima se suočavaju predstavnici prve i druge generacije u obiteljskim poduzećima u procesu multigeneracijskog upravljanja obiteljskim poduzećem. Rad uključuje pregled recentne literature na temu obiteljskog poduzetništva s posebnim naglaskom na temu multigeneracijskog upravljanja, te empirijsko istraživanje uz primjenu kvalitativne metode u koje će biti uključena obiteljska poduzeća koju zajedno vode dvije generacije obitelji.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Anamarija Delić, zamjenska članica

263	Održivi marketing	Novi	Održiva marketinška strategija na primjeru X	Sustainable Marketing Strategy on the Example of X	Svrha rada je analizirati održivu marketinšku strategiju odabranog poduzeća, proizvoda ili brenda (primjer X) kako bi se razumjeli ključni elementi koji doprinose održivosti te njihov utjecaj na potrošače i tržište. Cilj je utvrditi najbolje prakse, prepoznati izazove u implementaciji održivih strategija i predložiti preporuke za unapređenje. Teorijski dio: pojam i značaj održivog marketinga, ključne komponente održive marketinške strategije (proizvod, cijena, distribucija, promocija) te analiza trendova u održivosti u industriji kojoj pripada odabrani primjer. Praktični dio: Provesti analizu primjera X. Praktični dio uključuje: 1. Studiju slučaja: Istražiti održive prakse koje odabrano poduzeće ili brand koristi; 2. Primarno istraživanje: Provesti ispitivanje potrošača pomoću upitnika (uzorak od najmanje 100 ispitanika) kako bi se ispitala njihova percepcija održive strategije tog brenda/proizvoda; 3. Kritička analiza: Usporediti rezultate istraživanja s teorijskim postavkama i dati preporuke za poboljšanje strategije.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
-----	-------------------	------	--	--	--	---------------	-----	--------	---

264	Održivi marketing	Novi	Održivi marketing u hotelijerstvu na primjeru X	Sustainable Marketing in the Hotel Industry on the Example of X	Svrha rada je istražiti kako hoteli koriste održive marketinške strategije za smanjenje utjecaja na okoliš i privlačenje ekološki osviještenih gostiju. Cilj je analizirati najbolje prakse, identificirati izazove i predložiti konkretne preporuke za unapređenje. Teorijski dio: Pregled održivog marketinga u turizmu s naglaskom na hotelijerstvo; Trendovi u održivosti u hotelskoj industriji (npr. energetska učinkovitost, sustavi upravljanja otpadom, lokalni dobavljači); Uloga ekoloških certifikata poput Green Key, LEED i sličnih; Komunikacija održivosti prema gostima kroz digitalne kanale i direktne interakcije. Praktični dio: 1. Studija slučaja: Analizirati održive prakse u odabranom hotelu ili hotelskom lancu (npr. korištenje solarnih panela, programi reciklaže, poticanje gostiju na štednju resursa); 2. Primarno istraživanje: Provesti istraživanje pomoću upitnika (najmanje 100 ispitanika) kako bi se istražila percepcija održivih inicijativa i utjecaj tih praksi na izbor hotela. 3. Analiza rezultata: Ispitati koliko su održive prakse uspješne u povećanju lojalnosti gostiju i poboljšanju reputacije hotela.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
-----	-------------------	------	---	---	---	---------------	-----	--------	---

265	Održivi marketing	Novi	Održivi marketing u ugostiteljstvu na primjeru X	Sustainable Marketing in the Catering Industry on the Example of X	Svrha rada je istražiti kako ugostiteljski objekti, poput restorana i kafića, implementiraju održive marketinške strategije kako bi smanjili ekološki otisak i privukli ekološki osviještene posjetitelje. Cilj je analizirati ključne prakse i utvrditi koliko one utječu na izbor potrošača. Teorijski dio: Uloga održivog marketinga u ugostiteljstvu; Trendovi poput "zero-waste" kuhinje, upotrebe lokalnih i organskih namirnica, smanjenja plastičnog otpada; Važnost transparentne komunikacije održivih praksi (npr. meniji s označenim održivim opcijama, promoviranje sezonskih proizvoda); Primjena kružnog gospodarstva u ugostiteljstvu. Praktični dio: 1. Studija slučaja: Analizirati održive inicijative u odabranom restoranu, kafiću ili lancu ugostiteljskih objekata (npr. ponuda veganskih opcija, kompostiranje otpada, suradnja s lokalnim proizvođačima); 2. Primarno istraživanje: Provesti istraživanje pomoću upitnika ili intervju s gostima kako bi se ispitala njihova percepcija održivosti u ugostiteljskim objektima te utjecaj tih praksi na odabir lokacije za jelo; 3. Analiza rezultata: Usporediti prikupljene podatke s teoretskim okvirima i dati prijedloge za poboljšanje održivog marketinga u ugostiteljstvu.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
-----	-------------------	------	--	--	---	---------------	-----	--------	---

266	Održivi marketing	Novi	Percepcija održivih brendova među mladima	The Perception of Sustainable Brands Among Young Consumers	Svrha i ciljevi: Analizirati stavove mladih potrošača prema brendovima koji promoviraju održivost. Cilj je otkriti glavne motivatore i barijere za podršku takvim brendovima. Teorijski dio: Istražiti ulogu generacijskih razlika u održivom marketingu i načine komunikacije brendova s mladima. Praktični dio: Provesti fokus-grupe ili istraživanje pomoću upitnika (najmanje 100 ispitanika) među mladima kako bi se dobile povratne informacije o njihovim stavovima i preferencijama.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
267	Održivi marketing	Novi	Održivi marketing u industriji mode	Sustainable Marketing in the Fashion Industry	Svrha i ciljevi: Istražiti kako održivi marketing može doprinijeti smanjenju negativnog utjecaja modne industrije na okoliš. Teorijski dio: Obraditi koncept brze i spore mode, održivog dizajna i komunikacijskih strategija u ovoj industriji. Praktični dio: Provesti istraživanje među potrošačima (najmanje 100 ispitanika) kako bi se razumjela spremnost na plaćanje više za održivu odjeću.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
268	Održivi marketing	Novi	Zelena ambalaža i njezin utjecaj na odluke potrošača	Green Packaging and Its Impact on Consumer Decisions	Svrha i ciljevi: Analizirati koliko je važna održiva ambalaža u procesu donošenja odluka o kupnji. Teorijski dio: Istražiti teorije o dizajnu ambalaže, percepciji održivosti i utjecaju na lojalnost brendu. Praktični dio: Provesti istraživanje među potrošačima (najmanje 100 ispitanika) o njihovim preferencijama i prepoznavanju održivih ambalažnih materijala.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica

269	Održivi marketing	Novi	Komuniciranje održivosti putem društvenih mreža	Communicating Sustainability Through Social Media	Svrha i ciljevi: Analizirati kako društvene mreže pomažu u promoviranju održivosti i utječu na imidž brenda. Teorijski dio: Obraditi teorije digitalnog marketinga, društvenih mreža i ekološke svijesti. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) o učinkovitosti kampanja održivosti na platformama poput Instagrama ili TikToka.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
270	Održivi marketing	Novi	Uloga ekoloških oznaka u održivom marketingu	The Role of Eco-Certifications in Sustainable Marketing	Svrha i ciljevi: Istražiti utjecaj ekoloških oznaka na povjerenje potrošača i njihov odabir proizvoda. Teorijski dio: Analizirati različite vrste ekoloških oznaka (certifikata), njihove standarde i komunikacijske strategije. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) o prepoznavanju i važnosti ekoloških oznaka među potrošačima.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
271	Održivi marketing	Novi	Održivi marketing u turističkoj industriji	Sustainable Marketing in the Tourism Industry	Svrha i ciljevi: Istražiti kako održive marketinške strategije privlače ekološki osviještene turiste. Teorijski dio: Obraditi koncepte ekoturizma, održivih marketinških strategija i ponašanja turista. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) među turistima o preferencijama za održive destinacije i ponude.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
272	Održivi marketing	Novi	Uloga lokalne proizvodnje u održivom marketingu	The Role of Local Production in Sustainable Marketing	Svrha i ciljevi: Istražiti kako lokalna proizvodnja doprinosi održivosti i privlači potrošače. Teorijski dio: Obraditi teorije o lokalizaciji, održivim opskrbnim lancima i komunikaciji s potrošačima. Praktični dio: Provesti istraživanje među potrošačima (najmanje 100 ispitanika) o percepciji lokalnih proizvoda i njihovoj spremnosti	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica

					na podršku lokalnim proizvođačima.				
273	Održivi marketing	Novi	Održivi marketing i kružno gospodarstvo	Sustainable Marketing and the Circular Economy	Svrha i ciljevi: Istražiti kako marketing može podržati kružno gospodarstvo i potaknuti potrošače na odgovorno ponašanje. Teorijski dio: Obraditi pojmove kružnog gospodarstva, reciklaže i ponovne upotrebe, te marketinških strategija koje to promoviraju. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) među potrošačima o njihovim stavovima prema recikliranim ili ponovno korištenim proizvodima.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
274	Održivi marketing	Novi	<i>Greenwashing</i> i povjerenje potrošača	Greenwashing and Consumer Trust	Svrha i ciljevi: Analizirati utjecaj greenwashinga na povjerenje potrošača u brendove i njihovu spremnost na kupovinu. Teorijski dio: Istražiti koncept povjerenja u marketingu, posljedice greenwashinga na dugoročnu reputaciju i važnost transparentnosti. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) o stavovima potrošača prema brendovima optuženim za greenwashing, uz analizu stvarnih primjera iz industrije.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica

275	Održivi marketing	Novi	Uloga vrijednosti i uvjerenja u donošenju odluka o kupnji održivih proizvoda	The Role of Values and Beliefs in Making Decisions about Purchasing Sustainable Products	Cilj je istražiti kako vrijednosti poput ekološke osviještenosti, društvene odgovornosti ili hedonizma utječu na odluke potrošača da biraju održive proizvode. Rad će također analizirati razlike među demografskim skupinama u pogledu tih vrijednosti. Teorijski dio: Analizirati psihološke teorije vrijednosti i njihovu ulogu u potrošačkom ponašanju; Razmotriti razliku između intrinzičnih i ekstrinzičnih motivacija kod donošenja odluka; Pregled relevantnih istraživanja o povezanosti uvjerenja i kupovnih navika održivih proizvoda. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) o vrijednostima i stavovima među potrošačima te njihovom odnosu prema održivim proizvodima; Analizirati podatke kako bi se identificirale ključne vrijednosti koje potiču ili ograničavaju održivu potrošnju; Predložiti marketinške strategije usmjerene na određene vrijednosne skupine.	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
-----	-------------------	------	--	--	---	---------------	-----	--------	---

276	Održivi marketing	Novi	Psihološke prepreke održivoj potrošnji: Cijena, praktičnost i navike	Psychological Barriers to Sustainable Consumption: Price, Convenience, and Habits	Cilj je istražiti ključne psihološke prepreke koje sprječavaju potrošače da se odluče za održive proizvode, čak i kada su svjesni važnosti održivosti. Fokus je na ulozi cijene, navika i percepcije praktičnosti. Teorijski dio: Analizirati psihološke prepreke održivoj potrošnji, uključujući kognitivnu disonancu, otpor promjenama i percepciju troškova; Razmotriti strategije za prevladavanje tih prepreka, poput poticaja ili edukacije. Praktični dio: Provesti istraživanje (najmanje 100 ispitanika) o tome što potrošači percipiraju kao najveće prepreke održivim kupovnim odlukama; Ispitati razlike među skupinama potrošača na temelju njihovih kupovnih navika i socioekonomskog statusa; Predložiti marketinške strategije za smanjenje tih prepreka (npr. promocija dugoročne vrijednosti održivih proizvoda, poticanje promjena navika).	prof. dr. sc.	Ham	Marija	1. prof. dr. sc. Helena Štimac, predsjednica 2. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap, članica 4. izv. prof. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
277	Održivo upravljanje opskrbnim lancima	Novi	Povezanost održivosti i društvene svijesti u modnoj industriji	The connection between sustainability and social awareness in the fashion industry	Teorijski dio rada pokrit će teorijske osnove održivosti i društvene svijesti te kako se one primjenjuju u kontekstu modne industrije, s naglaskom na odgovorno poslovanje, etičke standarde i etičke izazove. Empirijski dio rada prikazat će utjecaj društvene svijesti i ekoloških faktora na potrošačke navike i modnu industriju, odnosno istražiti će se stavovi potrošača i poslovnih subjekata o održivosti i društvenoj odgovornosti u modnoj industriji. Cilj rada je na temelju analize održivosti i društvene svijesti u modnoj industriji predložiti strategije za	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica

					promicanje održivosti i društvene odgovornosti.				
278	Održivo upravljanje opskrbnim lancima	Novi	Greenwashing i održivost: Kako poduzeća oblikuju percepcije potrošača?	Greenwashing and sustainability: How do companies shape consumer perceptions?	Teorijski dio rada pokrit će istraživanje vezano uz greenwashing, održivi marketing te osviještenost potrošača i poduzeća o održivosti i greenwashingu. Poseban naglasak bit će stavljen na ulogu opskrbnih lanaca, budući da su opskrbni lanci ključni segment poslovanja koji značajno doprinosi ukupnom ekološkom otisku poduzeća. Empirijski dio rada obuhvaća kvalitativno istraživanje (fokus grupe) gdje će se ispitati kako poduzeća koriste greenwashing strategije za oblikovanje percepcije potrošača o održivosti. Cilj rada je na temelju analize predložiti preporuke za potrošače, poduzeća i zakonodavce kako smanjiti negativan utjecaj greenwashinga i promovirati stvarnu održivost.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica

279	Održivo upravljanje opskrbnim lancima	Novi	Implementacija održivih praksi u opskrbnim lancima: Izazovi i prednosti	Implementing sustainable practices in supply chains: Challenges and benefits	Cilj rada je analizirati izazove i prednosti implementacije održivih praksi (kao što su smanjenje emisija CO2, energetska učinkovitost, ekološki prihvatljivi materijali) u opskrbnim lancima. Empirijski dio rada će prikazati kako se ove prakse primjenjuju u industrijama kao što su maloprodaja, proizvodnja ili automobilska industrija putem analize slučajeva, dok će teorijski dio rada istražiti osnovne pojmove i koncepte održivosti u opskrbnim lancima te prednosti implementacije održivih praksi.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica
280	Operacijski menadžment	Novi	Optimizacija zaliha u uvjetima nezavisne potražnje	Inventory Optimization under Independent Demand Conditions	Tema se bavi teorijskim aspektima upravljanja zalihama u uvjetima nezavisne potražnje, s naglaskom na analizu metoda optimizacije i ključnih parametara potrebnih za učinkovito planiranje zaliha. Fokus je na rješavanju problema održavanja optimalnih razina zaliha kako bi se zadovoljila potražnja uz minimizaciju troškova. Ciljevi rada su istražiti temeljne koncepte upravljanja zalihama, analizirati specifičnosti optimizacije zaliha kod nezavisne potražnje te prikazati ključne metode koje se koriste u poslovnoj praksi. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o optimizaciji zaliha u uvjetima nezavisne potražnje. Teorijski dio treba obuhvatiti: pregled osnovnih pojmova i važnosti upravljanja zalihama u poslovnim procesima; specifičnosti nezavisne potražnje i njezin utjecaj na upravljanje zalihama; ključne metode optimizacije zaliha kod	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

					nezavisne potražnje (npr. EOQ - ekonomska količina narudžbe, modeli s fiksnom količinom i vremenom narudžbe); identifikaciju parametara potrebnih za planiranje i optimizaciju zaliha (npr. potražnja, troškovi narudžbe, troškovi držanja zaliha); primjere iz literature koji ilustriraju uspješnu primjenu modela optimizacije zaliha u uvjetima nezavisne potražnje.					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

281	Operacijski menadžment	Novi	Agregatno planiranje u proizvodnim i uslužnim poduzećima	Aggregate planning in a manufacturing and service company	Tema se bavi analizom strategija i metoda agregatnog planiranja s naglaskom na specifičnosti primjene u proizvodnim i uslužnim poduzećima. Fokus je na procesu donošenja odluka koji obuhvaća optimizaciju resursa, kapaciteta i troškova kako bi se zadovoljili tržišni zahtjevi. Ciljevi rada su istražiti teorijske osnove agregatnog planiranja, analizirati razlike u primjeni između proizvodnih i uslužnih sektora te prikazati ključne strategije i metode koje se koriste u praksi. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o agregatnom planiranju. Teorijski dio treba obuhvatiti: pregled osnovnih pojmova i ciljeva agregatnog planiranja; razlike između agregatnog planiranja u proizvodnim i uslužnim poduzećima; ključne strategije agregatnog planiranja (npr. strategija prilagodbe potražnji, strategija ravnomjerne proizvodnje); metode i alati za agregatno planiranje (npr. linearno programiranje, heurističke metode, simulacije); analiza primjera iz literature koji ilustriraju uspješnu primjenu agregatnog planiranja u oba sektora.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
-----	------------------------	------	--	---	--	---------------	------	---------	---

282	Operacijski menadžment	Novi	Određivanje lokacije kao element učinkovitog poslovanja poduzeća	Determining location as an element of efficient business operations	Potrebno je kroz pregled relevantne znanstvene literature istražiti odgovor na pitanje optimalne lokacije proizvodnih poduzeća, odnosno uslužnih poduzeća. Koji sve čimbenici utječu na odluku o lokaciji? Koje metode za odabir lokacije se mogu koristiti? U radu je potrebno istražiti koji parametri su potrebni za konkretnu metodu odabira lokacije te odrediti optimalnu lokaciju proizvodnog poduzeća i optimalnu lokaciju uslužnog poduzeća te napraviti usporedbu dobivenih rezultata.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
283	Operacijski menadžment	Novi	Planiranje kapaciteta u proizvodnom i uslužnom poduzeću	Capacity planning in a manufacturing and service company	Tema se bavi analizom procesa planiranja kapaciteta u proizvodnim i uslužnim poduzećima, s ciljem optimizacije resursa, povećanja efikasnosti i smanjenja troškova. Fokus je na usporedbi pristupa planiranju kapaciteta u oba sektora, uzimajući u obzir specifične izazove i zahtjeve svakog od njih. Ciljevi rada su istražiti temeljne komponente planiranja kapaciteta, analizirati razlike u pristupima između proizvodnih i uslužnih sektora, te prikazati ključne metode i strategije za učinkovito planiranje kapaciteta. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o planiranju kapaciteta u oba sektora. Teorijski dio treba obuhvatiti: osnovne principe planiranja kapaciteta i njegov značaj u poslovnom odlučivanju; razlike u planiranju kapaciteta između proizvodnih i uslužnih poduzeća (npr. fleksibilnost, skalabilnost, sezonalnost); ključne metode za planiranje kapaciteta (npr. metode temeljene na predviđanju	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

					potražnje, kapacitetima usmjerenim na proizvodnju, metode temeljene na uslužnim potrebama); analizu strategija za balansiranje kapaciteta s potražnjom (npr. ravnomjerno planiranje, prilagodba kapaciteta prema sezonalnim fluktuacijama); primjere uspješne primjene metoda planiranja kapaciteta u proizvodnim i uslužnim poduzećima iz literature.				
284	Operacijski menadžment	Novi	Racionalno ponašanje (lean thinking) u proizvodnim tvrtkama	Lean thinking in production companies	Rad treba prikazati kako primjena racionalnog ponašanja utječe na eliminiranje otpada u proizvodnoj tvrtki. U teorijskom dijelu rada student treba prezentirati osnovne postavke racionalnog poslovanja. U empirijskom dijelu rada student treba kroz studiju slučaja odabrati jedan poslovni proces u proizvodnoj tvrtki te ga preispitati i te raspraviti potencijalna unapređenja poslovnog procesa koja mogu poboljšati operacije poduzeća.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica

285	Operacijski menadžment	Novi	Dizajn procesa u službi upravljanja operacijama poduzeća	Process design in the service of operations management	Rad treba odgovoriti na pitanje na koji način dizajn procesa utječe na upravljanja operacijama poduzeća. U teorijskom dijelu rada student treba ukazati na postavke dizajna procesa kao i važnosti istog. U empirijskom dijelu rada student treba na primjeru promatranog poduzeća prezentirati dizajn procesa kao i njegovog utjecaja na upravljanje operacijama poduzeća.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
286	Organizacijsko ponašanje	Novi	Organizacijsko građansko ponašanje, zavisna varijabla organizacijskog ponašanja na primjeru organizacije XY	Organizational citizenship behavior, dependent variable of organizational behavior using the example of organization XY	U teorijskom dijelu rada student naglašava važnost organizacijsko građanskog ponašanja koje nije dio formalnih zahtjeva zaposlenikova posla te obrazlaže na koji način potiče učinkovito funkcioniranje organizacije navodeći dimenzije OGP-a i prednosti i nedostatke istog. Doprinos praktičnog dijela diplomskog rada je provođenje istraživanje koje ima za cilj objasniti organizacijsko građansko ponašanje zaposlenika odabrane organizacije.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica
287	Organizacijsko ponašanje	Novi	Model karakteristika radnog mjesta na primjeru organizacije XY	Model of workplace characteristics using the example of organization XY	Rad obuhvaća teorijski i praktični dio pri čemu se u teorijskom dijelu identificiraju temeljne dimenzije posla i pristupi u načinu strukturiranja rada kroz dizajn radnih mjesta. U praktičnom dijelu rada student prepoznaje primjenu modela te diskutira o prednostima i nedostacima, kao i načinima primjene, a daje i preporuke za eventualna poboljšanja.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

288	Organizacijsko ponašanje	Novi	Uloga emocionalne inteligencije u oblikovanju organizacijskog ponašanja	The Role of Emotional Intelligence in Shaping Organizational Behavior	Diplomski rad istražuje utjecaj emocionalne inteligencije na različite aspekte organizacijskog ponašanja, poput timske suradnje, liderstva, radne atmosfere i upravljanja sukobima. Teorijski dio rada analizira koncept emocionalne inteligencije, njene komponente i važnost u radnom okruženju, dok se u empirijskom dijelu fokus stavlja na istraživanje u organizaciji XY. Kroz anketno istraživanje i/ili intervju, ispituje se percepcija emocionalne inteligencije među zaposlenicima. Cilj rada je istražiti kako emocionalna inteligencija doprinosi pozitivnim organizacijskim ishodima i razumjeti njezinu ulogu u stvaranju produktivnog i suradničkog radnog okruženja.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica
289	Organizacijsko ponašanje	Novi	Upravljanje sukobima u timskom radu u organizaciji XY	Conflict Management in Teamwork within Organization XY	Cilj rada je istražiti načine na koje organizacija XY upravlja sukobima u timovima te predložiti rješenja za poboljšanje timske suradnje i učinkovitosti. Fokus je na identifikiranju najčešćih izvora sukoba, analizi njihovog utjecaja na timsku dinamiku te procjeni učinkovitosti postojećih strategija rješavanja sukoba. Teorijski dio rada pruža pregled literature o vrstama sukoba, njihovim uzrocima i metodama upravljanja koje potiču pozitivan ishod. Empirijski dio temelji se na kvalitativnom istraživanju kroz intervju s članovima timova i voditeljima, pružajući uvid u specifične izazove i prakse upravljanja sukobima unutar organizacije XY. Na temelju prikupljenih podataka, student predlaže konkretne preporuke za unapređenje	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

					strategija upravljanja sukobima, s ciljem jačanja timske učinkovitosti i radne atmosfere.				
290	Organizacijsko ponašanje	Novi	Primjena alternativnih oblika rada u organizaciji XY	Application of Alternative Work Arrangements in Organization XY	Diplomski rad istražuje primjenu alternativnih oblika rada, kao što su rad od kuće, fleksibilno radno vrijeme i skraćeni radni tjedan, u organizaciji XY. Teorijski dio rada pruža pregled literature o alternativnim oblicima rada, njihovim prednostima, izazovima i utjecaju na radnu učinkovitost i zadovoljstvo zaposlenika. Empirijski dio temelji se na kvantitativnom istraživanju koje analizira percepciju zaposlenika o dostupnosti, učinkovitosti i učestalosti primjene ovih oblika rada. Cilj rada je identificirati ključne čimbenike za uspješnu primjenu alternativnih oblika rada i procijeniti njihovu ulogu u poslovanju organizacije XY.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica

291	Organizacijsko ponašanje	Novi	Uloga percepcije i individualnog odlučivanja u oblikovanju organizacijskog ponašanja u organizaciji XY	The Role of Perception and Individual Decision-Making in Shaping Organizational Behavior in Organization XY	Diplomski rad istražuje ulogu percepcije i individualnog odlučivanja u oblikovanju organizacijskog ponašanja, s fokusom na specifične procese unutar organizacije XY. Teorijski dio rada pruža pregled ključnih teorija percepcije, faktora koji utječu na individualno donošenje odluka te njihovih posljedica na organizacijsko ponašanje. Empirijski dio temelji se na analizi podataka prikupljenih putem intervjua i/ili anketa među zaposlenicima organizacije XY, kako bi se identificirali obrasci percepcije i odlučivanja te njihov utjecaj na radne procese i učinkovitost. Cilj rada je istražiti međusobnu povezanost percepcije, odlučivanja i organizacijskog ponašanja te pružiti dublje razumijevanje tih odnosa unutar organizacijskog konteksta.	prof. dr. sc.	Fosić	Ivana	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 3. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica
292	Osiguranje	stari	Porezni tretman osiguravatelja i osiguravateljskih proizvoda: Pravni i financijski izazovi	Tax Treatment of Insurers and Insurance Products: Legal and Financial Challenges	Istraživanje poreznih pravila koja se primjenjuju na osiguravajuća društva i njihove proizvode, uz komparativnu analizu različitih jurisdikcija	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
293	Osiguranje	stari	Digitalna transformacija u djelatnosti osiguranja	Digital Transformation in the Insurance Industry	Analiza primjene digitalnih tehnologija (AI, blockchain) u poslovanju osiguravajućih društava	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

294	Osiguranje	stari	Utjecaj klimatskih promjena na osiguranje od prirodnih katastrofa	The Impact of Climate Change on Natural Disaster Insurance	Istraživanje kako klimatske promjene utječu na premije i rizike povezane s osiguranjem od prirodnih katastrofa	doc. dr. sc.	Serdarušić	Hrvoje	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. doc. dr, sc. Hrvoje Serdarušić, član 3. izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
295	Planiranje u opskrbnom lancu	Novi	Prognoziranje potražnje za donošenje boljih poslovnih odluka	Demand Forecasting for Better Business Decision-Making	Tema se bavi primjenom metoda prognoziranja potražnje kao ključnog alata za unapređenje poslovnih odluka. Fokus je na identifikaciji odgovarajućih tehnika prognoziranja te njihovoj primjeni za predviđanje tržišnih potreba i optimizaciju resursa. Ciljevi rada su istražiti različite metode prognoziranja potražnje, analizirati njihovu primjenu u poslovanju i pokazati kako kvalitetno prognoziranje doprinosi donošenju informiranih i učinkovitih poslovnih odluka. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o metodama prognoziranja i njihovim praktičnim primjenama. Teorijski dio treba obuhvatiti: Pregled osnovnih koncepata i metoda prognoziranja potražnje (npr. vremenske serije, regresijske metode, strojno učenje); prednosti i ograničenja različitih metoda u poslovnim kontekstima; analizu ključnih faktora koji utječu na točnost prognoza; primjere uspješne primjene metoda prognoziranja u različitim industrijama iz literature.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

296	Planiranje u opskrbnom lancu	Novi	Upravljanje repovima čekanja	Management of waiting lines	Tema se bavi teorijskim i praktičnim aspektima upravljanja repovima čekanja kao ključnim faktorom u optimizaciji poslovnih i uslužnih procesa. Fokus je na analizi karakteristika repova čekanja, pregledom modela s konačnim i beskonačnim izvorom te identifikaciji ključnih parametara potrebnih za njihovu implementaciju. Ciljevi rada su istražiti teorijske osnove upravljanja repovima čekanja, analizirati metode i modele koji se koriste za njihovo optimiziranje, te pokazati njihovu ulogu u poboljšanju učinkovitosti poslovnih sustava. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o upravljanju repovima čekanja. Teorijski dio treba obuhvatiti: pregled osnovnih pojmova i karakteristika repova čekanja (npr. duljina repa, vrijeme čekanja, brzina posluživanja); klasifikaciju i analizu modela repova čekanja s konačnim i beskonačnim izvorom; identifikaciju ključnih parametara za izgradnju modela upravljanja repovima čekanja (npr. stopa dolazaka, kapacitet sustava, stopa posluživanja); pregled primjera iz literature koji ilustriraju uspješnu primjenu modela upravljanja repovima čekanja u poslovnim i uslužnim sustavima.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
-----	------------------------------	------	------------------------------	-----------------------------	---	---------------	------	---------	---

297	Planiranje u opskrbnom lancu	Novi	Optimizacija zaliha u uvjetima zavisne potražnje	Inventory Optimization under Dependent Demand Conditions	Tema se bavi teorijskim aspektima upravljanja zalihama u uvjetima zavisne potražnje, s naglaskom na analizu sustava i metoda upravljanja zalihama te ključnih parametara potrebnih za njihovu implementaciju. Fokus je na optimizaciji zaliha u kontekstu ekonomskih i operativnih ciljeva poduzeća. Ciljevi rada su istražiti temeljne koncepte i vrste zaliha, analizirati specifičnosti upravljanja zalihama kod zavisne potražnje te prikazati ključne metode za njihovu optimizaciju. Rad ima samo teorijski dio koji je kvalitativna analiza relevantne literature o upravljanju zalihama kod zavisne potražnje. Teorijski dio treba obuhvatiti: pregled osnovnih pojmova i vrsta zaliha te njihove uloge u poslovnim procesima; specifičnosti upravljanja zalihama kod zavisne potražnje (npr. MRP - planiranje materijalnih potreba); ključne metode i modeli za upravljanje zalihama u uvjetima zavisne potražnje; identifikaciju parametara potrebnih za izgradnju učinkovitog sustava upravljanja zalihama (npr. razine potražnje, vrijeme isporuke, troškovi skladištenja); primjere uspješne primjene sustava upravljanja zalihama kod zavisne potražnje iz literature.	prof. dr. sc.	Briš	Martina	1. prof.dr.sc. Josipa Forjan, predsjednica 2. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 3. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
-----	------------------------------	------	--	--	---	---------------	------	---------	---

298	Planiranje u opskrbnom lancu	novi	Upravljanje zalihama na više razina opskrbnog lanca	Multiechelon inventory management	Cilj rada je istražiti načine dodatne optimizacije upravljanja zalihama kroz suradnju s ostalim članovima opskrbnog lanca, odnosno kroz upravljanje zalihama u više gospodarskih subjekata istovremeno, na različitim razinama opskrbnog lanca. Prikladan je naglasak na kolaborativnim strategijama vođenja zaliha, troškovima zaliha, kalkulacijama osnovnih modela zaliha, optimalnim količinama narudžbe, utjecaju na signalne zalihe, posebnim vrstama zaliha, i sl. Također, često se obrađuju pitanja optimalnog mjesta držanja zaliha u opskrbnom lancu s obzirom na osobine proizvoda te karakteristike ponude i potražnje na različitim razinama. Ključno je ostvariti rezultat istraživanja koji će dati preporuke za unapređenje. Istraživanje se provodi analizom relevantne literature u teorijskom dijelu i uspješne prakse u pratničnom dijelu rada (pri čemu kvantitativni pristup prevladava).	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
299	Planiranje u opskrbnom lancu	novi	Točka razdvajanja u opskrbnom lancu	Decoupling point in supply chain	U okviru teme točka razdvajanja u opskrbnom lancu student ili studentica piše i teoretski i praktični dio rada. U teoretskom dijelu rada se očekuje predstavljanje višestruke uloge točke razdvajanja u opskrbnom lancu, te posljedica koje ima različito pozicioniranje točke razdvajanja na različita mjesta u opskrbnom lancu. Također, analiziraju se proizvodne strategije koje proizlaze iz pozicioniranja točke razdvajanja u opskrbnom lancu. U praktičnom dijelu očekuje se analiza primjera iz prakse s prikazom trenutnog stanja točke	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

					razdvajanja i učinaka koje ima na gospodarski subjekt i cjelokupni opskrbeni lanac, te alternativnih scenarija za pomicanje pozicije točke razdvajanja u predmetnom opskrbenom lancu.				
300	Planiranje u opskrbenom lancu	novi	Suvremeni sustavi planiranja proizvodnje	Contemporary production planning systems	U okviru teme suvremeni sustavi planiranja proizvodnje student ili studentica piše i teoretski i praktični dio rada. U teoretskom dijelu rada se očekuje predstavljanje najnovijih i najraširenijih sustava za planiranje proizvodnje uz njihove karakteristike koje ih čine poželjnim odabirom. Također, traži se analiza prikladnosti pojedinih sustava za pojedine proizvodne sektore te njihove prednosti i nedostaci. Primjer implementacije i analiza implementiranog sustava planiranja proizvodnje analiziraju se u praktičnom dijelu rada. Uz opis implementacije (koji sadrži sve implementacijske razine i sva područja proizvodnih aktivnosti) navode se prednosti i poteškoće te se analizom adekvatnih mjerila donose zaključci o poboljšanju učinkovitosti proizvodnih procesa.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

301	Planiranje u opskrbnom lancu	novi	Prognostiranje potražnje pomoću uzročnih metoda	Demand forecasting using causal methods	Student ili studentica u okviru teme daje teoretski prikaz osnovnih metoda za prognoziranje potražnje u opskrbnom lancu pomoću uzročnih metoda (ili jedne odabrane metode) te u praktičnom dijelu rada izračunava prognozu potražnje za jedan ili više gospodarskih subjekata za koje je skupio podatke. Također, potrebno je ispitati razinu greške prognoze pomoću više različitih pristupa i argumentirati zašto je određenu prognostičku metodu izabrao kao optimalnu, te koje bi dodatne čimbenike valjalo uzeti u obzir kako bi se dobila još točnija prognoza.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
302	Planiranje u opskrbnom lancu	novi	Pristupi izračunu optimalne količine narudžbe	Approaches to the calculation of the optimal order quantity	Istraživanje studenta ili studentice u ovom području se fokusira na različite pristupe izračunu optimalne (ekonomične) količine narudžbe ovisno o karakteristikama proizvoda, njegove potražnje i ponude. Student se u teorijskom dijelu prvenstveno fokusira na izvode i različite formule za optimalnu količinu potražnje kao i na sastavne varijable navedenih jednačbi, a sve na temelju prijašnjih teorijskih istraživanja. Praktični dio se fokusira na izračun optimalne količine narudžbe u predmetnom gospodarskom subjektu (ili više njih) na temelju dostupnih kvantitativnih podataka. Ključno je ostvariti rezultat istraživanja koji će dati preporuke za unapređenje u praksi.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

303	Planiranje u opskrbnom lancu	novi	Strategije nadopunjavanja zaliha	Stock replenishment strategies	Cilj rada je analizirati različite strategije nadopunjavanja zaliha s ciljem povećanja učinkovitosti, smanjenja troškova i poboljšanja usluge kupcima. Rad će identificirati ključne prednosti i nedostatke svake strategije te predložiti optimalna rješenja za različite poslovne scenarije. U teorijskom dijelu rada potrebno je analizirati znanstvene i stručne radove o strategijama nadopunjavanja zaliha. Tu je moguće odraditi i komparativnu analizu tradicionalnih i suvremenih pristupa (Just-In-Time, EOQ, Continuous Replenishment). Analiza kroz studiju slučaja se provodi u praktičnom dijelu rada. Prvo se identificira stvarno poduzeće ili simulacija pomoću hipotetskog scenarija. Nakon toga se prati implementacija određene strategije i njenog utjecaja na: vrijeme isporuke, troškove skladištenja, razinu usluge, usporedba učinaka različitih strategija za istu situaciju. Konačno, izrađuje se model za određivanje optimalne razine zaliha i točke ponovne narudžbe. Moguće je izraditi i simulaciju pomoću alata kao što su Excel Solver, Python ili specijalizirani softver za upravljanje zaliha, a s ciljem procjene troškova narudžbi, skladištenja i nedostatka zaliha.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof.dr.sc. Helena Štimac, predsjednica 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
-----	------------------------------	------	----------------------------------	--------------------------------	---	---------------	-------	-------	---

304	Poduzetnički laboratorij kreativne industrije	Novi	Pokretanje poslovnog pothvata u kreativnoj industriji	New venture creation in creative industry	Student/ica treba objasniti poduzetnički proces i njegove faze, s naglaskom na fazu poslovnog planiranja, te na konkretnom primjeru poslovne ideje u kreativnoj industriji napraviti poslovni plan.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc.dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
305	Poduzetnički laboratorij kreativne industrije	Novi	Poslovni plan kao alat za minimiziranje rizika u pokretanju poduzetničkog pothvata	Business plan as a tool for minimizing the risk in starting a new venture	Student/ica treba opisati važnost i svrhu poslovnog planiranja i poslovnog plana, kao rezultata procesa poslovnog planiranja. Na primjeru konkretne poslovne ideje u kreativnoj industriji trebaju napraviti poslovni plan i pokazati na koji način poslovni plan predstavlja alat za minimiziranje rizika u pokretanju poduzetničkog pothvata.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc.dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
306	Poduzetnički laboratorij kreativne industrije	Novi	Poslovni plan za pokretanje poduzetničkog pothvata u kreativnoj industriji. Primjer xx.	Business plan for starting a business venture in creative industry. Example x	Student/ica treba opisati značaj, karakteristike i ciljeve poslovnog plana. Na primjeru konkretne poslovne ideje u kreativnoj industriji trebaju napraviti poslovni plan za pokretanje poslovnog pothvata.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc.dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
307	Poduzetnički laboratorij kreativne industrije	Novi	Proces poslovnog planiranja kao važna faza poduzetničkog procesa	Business plan for starting a business venture. Example of x	Student/ica treba opisati proces poslovnog planiranja, te poslovni plan i njegove osnovne elemente. Na primjeru konkretne poslovne ideje u kreativnoj industriji trebaju napraviti poslovni plan.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc.dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica

308	Poduzetnički laboratorij kreativne industrije	Novi	Poduzetnički proces - od ideje do realizacije poduzetničkog pothvata u kreativnoj industriji	Entrepreneurial process - from idea to realization of business venture in creative industry.	Student/ica treba opisati poduzetnički proces i sve njegove faze. Na primjeru konkretne poduzetničke ideje studenti trebaju razraditi neke od faza poduzetničkog procesa.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc.dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
309	Poduzetnički menadžment	Stari	Izazovi upravljanja poslovnim okolinom iz perspektive malog poduzeća – primjer tvrtke X	Challenges of Managing Business Environment from the Perspective of a Small Business	Izgradnja poslovnih partnerstva, praćenje konkurencije, osluškivanje kupaca i vršenje utjecaja na njihove kupovne navike i ponašanje, odnosi s medijima, bankama i slično, područja su upravljanja poslovnim okolinom poduzeća koja u konačnici određuju uspjeh poslovnog pothvata. Kroz ovu temu, studenti će imati priliku primijeniti konkretne alate za analizu poslovne okoline (poput matrice utjecaja dionika) na stvarnom poslovnom slučaju.	Izv. prof. dr. sc.	Stanić	Marina	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, zamjenska članica
310	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Značaj poslovnog plana u pokretanju poslovnog pothvata	Importance of business plan in new venture creation	U teorijskom dijelu rada student će objasniti proces poslovnog planiranja, njegove faze i glavna obilježja. U empirijskom dijelu rada student će izraditi poslovni plan na odabranom primjeru poslovne ideje. Poslovna se ideja mora povezati s doprinosom realizacije nekog od UN ciljeva održivog razvoja.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
311	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Poslovni plan kao alat za minimiziranje rizika pri pokretanju poslovnog pothvata	Business plan as a tool for minimizing the risk of new venture creation	Teorijski obraditi sadržaj, elemente, karakteristike poslovnog plana, razloge pisanja, te izraditi poslovni plan na odabranom primjeru poslovne ideje. Poslovna se ideja mora povezati s doprinosom realizacije nekog od UN ciljeva održivog razvoja.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica

312	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Poduzetnički proces - put od ideje do uspješnog poduzetničkog pothvata	Entrepreneurial process - a path from idea to successful business venture	Cilj ovog rada je opisati poduzetnički proces, njegove faze, karakteristike svake od faza. U empirijskom dijelu rada studenti trebaju izraditi poslovni plan za odabranu poslovnu ideju, naglašavajući aktivnosti u svakoj od faza poduzetničkog procesa.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
313	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Načini uočavanja i vrednovanja poslovne prilike	Ways of recognizing and evaluating a business opportunity	U teorijskom dijelu rada studenti trebaju obraditi pojmove ideje i prilike, razlike između njih, načine uočavanja poslovne prilike te načine vrednovanja poslovne prilike. U empirijskom dijelu rada studenti će kroz kvalitativno istraživanje prikazati slučajeve poslovnih pothvata nastalih kroz različite prethodno teorijski obrađene načine uočavanja poslovne prilike.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
314	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Izvori financiranja poduzetnika početnika	Sources of financing for start-up entrepreneurs	Student će u diplomskom radu opisati poduzetnički proces, te se fokusirati na fazu pronalaska izvora financiranja poduzetničkog pothvata. Student će analizirati koje sve mogućnosti financiranja poduzetničkog pothvata poduzetniku stoje na raspolaganju, zašto poduzetnik treba financiranje te koje od tih mogućnosti postoje u Hrvatskoj. U empirijskom dijelu rada student će prikazati različite poduzetničke pothvate, koji su, prilikom pokretanja koristili različite izvore financiranja.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica

315	Pokretanje poslovnog pothvata	novi	Poslovni model kao izvor konkurentske prednosti poduzetničkog pothvata	Business model as a source for competitive advantage of business venture	U diplomskom radu studenti trebaju objasniti što je poslovni model i na koji način pomaže poduzetniku u promišljanju i definiranju konkurentske prednosti poduzetničkog pothvata. Na primjeru odabrane ideje, prikazati načine kreiranja poslovnog modela i moguću konkurentsku prednost, koja proizlazi iz tih modela.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof.dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
316	Pokretanje poslovnog pothvata	Novi	Važnost valorizacije poslovne ideje kroz analizu izvodljivosti	The importance of evaluation of business idea through feasibility analyses	Teoretski obraditi pojmove ideje i prilike, razlike između njih, načine uočavanja i vrednovanja poslovne prilike. objasniti ulogu analize izvodljivosti kao važne faze poduzetničkog procesa. Napraviti analize izvodljivosti na konkretnom primjeru poslovne ideje. Poslovna se ideja mora povezati s doprinosom realizacije nekog od UN ciljeva održivog razvoja.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
317	Pokretanje poslovnog pothvata	Novi	Važnost poznavanja industrije u procjeni uspjeha poduzetničkog pothvata	The importance of knowing the industry for assessing the success of an entrepreneurial venture	Teoretski obraditi pojam industrije/djelatnosti, važnosti industrije/djelatnosti za uspjeh poduzetničkog pothvata, alate za analizu industrije/djelatnosti, te napraviti analizu odabrane industrije/djelatnosti u RH i/ili regiji.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
318	Pokretanje poslovnog pothvata	Novi	Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj i odabranoj državi– što može bolje i kako? Temeljeno na GEM rezultatima	Entrepreneurial activity in Croatia and chosen country – what can be better and how? Based on GEM research results	Opisati GEM istraživanje, temeljna istraživačka pitanja, pokazatelje poduzetničke aktivnosti. Rezultati GEM istraživanja za poduzetničku aktivnost Hrvatske i odabrane države (po mogućnosti iz EU - obrazložiti odabir zemlje za usporedbu). Što se može naučiti iz odabranog primjera?	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica

319	Pokretanje poslovnog pothvata	Novi	UN ciljevi održivog razvoja - poluga za promjenu društva	UN Sustainable Development Goals - levers for social change	Opisati ciljeve održivog razvoja, njihov povijesni razvoj i ulogu u razvoju i promjeni društva s pozicije poduzetnika. Kako ciljevi održivog razvoja mogu potaknuti poduzetnike na odgovornije ponašanje?	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
320	Pokretanje poslovnog pothvata	Novi	Poslovna prilika - osnovne karakteristike i modeli vrednovanja	Business opportunity - basic characteristics and valuation models	Student/ica treba objasniti što je poslovna prilika, navesti razlike između ideje i prilike, prikazati načine uočavanja poslovnih prilika, načine vrednovanja poslovnih prilika, prikazati poslovne pothvate nastale na različite načine uočavanja poslovnih prilika, te primijeniti neku od metoda vrednovanja poslovnih prilika na jedan od odabranih primjera.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Anamarija Delić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 3. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
321	Ponašanje potrošača	novi	Utjecaj socijalnih grupa na donošenje odluka potrošača: Primjer influencera na društvenim mrežama	The Influence of Social Groups on Consumer Decision-Making: The Case of Social Media Influencers	Cilj i svrha rada je istražiti utjecaj socijalnih grupa temeljem marketinških strategija, poput influence marketinga (influencera) i kako mogu utjecati na donošenje odluka potrošača. Fokus je na ulozi normativnih i komparativnih utjecaja u oblikovanju preferencija i ponašanja potrošača, uz poseban naglasak na mlade generacije. Istraživačka pitanja koja treba obraditi u radu su: Kako influenceri utječu na percepciju proizvoda kod svojih pratitelja? Koja je uloga društvenog dokaza (WOM) u odlučivanju potrošača? Kako potrošači percipiraju vjerodostojnost influencera u odnosu na tradicionalne medije? Teorijski dio treba obuhvatiti koncept socijalnih grupa, normativnih i komparativnih utjecaja, kao i moć referentnih grupa. Empirijski dio treba	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

					obuhvatiti analizu studija slučaja uspješnih kampanja influencera te provođenje anketa među korisnicima društvenih mreža.				
322	Ponašanje potrošača	novi	Biheviorističke teorije učenja u marketingu: Primjena klasičnog uvjetovanja	Behavioral Learning Theories in Marketing: Application of Classical Conditioning	Cilj i svrha rada je istražiti primjenu biheviorističkih teorija učenja, s naglaskom na klasično uvjetovanje, u oblikovanju potrošačkih navika. Rad analizira kako marketinške kampanje koriste uvjetovanje za stvaranje povezanosti između proizvoda i pozitivnih asocijacija. Istraživačka pitanja koja treba obraditi u radu su: Kako klasično uvjetovanje utječe na percepciju marki? Koje su ključne tehnike za implementaciju uvjetovanja u oglašavanju? Koje su prednosti i izazovi u primjeni ovih tehnika? Teorijski dio treba obuhvatiti pregled biheviorističkih teorija učenja, s fokusom na klasično uvjetovanje i njegove elemente (podražaj-reakcija). Empirijski dio treba analizirati primjere marketinških kampanja te uključiti intervju s marketinškim stručnjacima (primjerice brand - manageri).	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

323	Ponašanje potrošača	novi	Primjena nostalgije u marketinškim kampanjama	The Application of Nostalgia in Marketing Campaigns	Cilj i svrha rada je istražiti kako nostalgija utječe na ponašanje potrošača i na koji način marketinške strategije mogu koristiti nostalgične emocije za brendiranje proizvoda. Fokus je na emocionalnim vezama između potrošača i brendova te na analizi primjera nostalgičnih kampanja. Istraživačka pitanja koja treba obraditi u radu su: Kako nostalgija utječe na emocionalnu povezanost potrošača s brendovima? Koji su ključni elementi uspješnih nostalgičnih kampanja? Kako se nostalgične kampanje razlikuju od konvencionalnih? Teorijski dio treba obuhvatiti koncept nostalgije u marketingu i njezine učinke na donošenje odluka, dok empirijski dio treba analizirati kampanje koje koriste nostalgiju kao marketinšku strategiju i provesti ankete među potrošačima o njihovim emocionalnim reakcijama.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
324	Ponašanje potrošača	novi	Utjecaj vizualnih elemenata u oglašavanju na percepciju potrošača	The Impact of Visual Elements in Advertising on Consumer Perception	Cilj i svrha rada je istražiti kako vizualni elementi u oglašavanju utječu na percepciju i donošenje odluka potrošača. Fokus je na boji, obliku, dizajnu i simbolima te njihovoj ulozi u komunikaciji brendova s potrošačima. Istraživačka pitanja koja treba obraditi u radu su: Kako boje i oblici utječu na emocije potrošača? Koja je uloga simbolike u izgradnji percepcije brenda? Koji su ključni trendovi u vizualnom oglašavanju? Teorijski dio treba obuhvatiti koncept vizualne komunikacije u marketingu i primjenu semiotike, dok empirijski dio treba analizirati vizualne elemente kampanja luksuznih brendova i provesti intervjue s kreatorima	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

					vizualnih elemenata za marketinške kampanje.				
325	Ponašanje potrošača	novi	Uloga brendinga i pakiranja u promociji održivih proizvoda: Primjena eye tracking tehnologije	The Role of Branding and Packaging in Promoting Sustainable Products: Application of Eye Tracking Technology	Cilj i svrha rada je istražiti kako branding i dizajn pakiranja utječu na percepciju i ponašanje potrošača prema održivim proizvodima. Fokus je na razumijevanju vizualne privlačnosti, komunikaciji i elementima dizajna koji najviše privlače pažnju kupaca. Korištenjem eye tracking tehnologije, rad istražuje koji elementi brenda i pakiranja, poput logotipa, boja, materijala i simbola održivosti, najviše privlače pažnju potrošača. Također se istražuje kako potrošači interpretiraju vizualne signale koji promoviraju održivost i kako ti signali utječu na odluke o kupnji. Teorijski dio treba obuhvatiti pregled koncepta brendinga, pakiranja i vizualne komunikacije u marketingu održivih proizvoda. Empirijski dio treba obuhvatiti provođenje eye tracking istraživanja za analizu percepcije vizualnih elemenata na pakiranjima održivih proizvoda te anketiranje	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

					potrošača o njihovim iskustvima i odlukama.				
326	Ponašanje potrošača	novi	Uloga certifikata i oznaka u ponašanju potrošača	The Role of Certificates and Labels in Consumer Behavior	Cilj i svrha rada je istražiti ulogu certifikata i oznaka u oblikovanju potrošačkog ponašanja kroz analizu vizualne percepcije i pažnje potrošača. Certifikati i oznake, poput Fair Trade i Organic, često signaliziraju održive i etičke vrijednosti proizvoda, ali njihova učinkovitost ovisi o tome koliko brzo i jasno komuniciraju ključne informacije. Korištenjem eye tracking tehnologije, istražuje se: koliko pažnje potrošači posvećuju certifikatima i oznakama na pakiranjima proizvoda, koji su vizualni elementi najvažniji u prijenosu poruke o održivosti te kako ti elementi utječu na odluke o kupnji. Teorijski dio treba obuhvatiti pregled uloge certifikata i oznaka u ponašanju potrošača, kao i njihove funkcije u izgradnji povjerenja prema proizvodima. Empirijski dio treba obuhvatiti eye tracking analizu vizualne percepcije certifikata na proizvodima te anketiranje potrošača o njihovom razumijevanju i utjecaju certifikata na njihovu percepciju proizvoda i odluke o kupnji.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

327	Ponašanje potrošača	novi	Percepcija potrošača o održivim modnim brendovima	Consumer Perception of Sustainable Fashion Brand	Cilj i svrha rada je istražiti kako potrošači percipiraju održive modne brendove, uključujući njihovu svijest, stavove, motive za kupnju i prepreke vezane uz održivu modu. S obzirom na rastuću važnost održive mode u suvremenom društvu, rad analizira ključne čimbenike koji utječu na ponašanje potrošača, kao što su ekološka svijest, vrijednosti i cijena proizvoda. Fokus je na razumijevanju kako potrošači doživljavaju poruke o održivosti koje brendovi komuniciraju te koje prepreke, poput nepovjerenja ili visoke cijene, otežavaju širu prihvaćenost održivih modnih proizvoda. Teorijski dio treba obuhvatiti pregled koncepta održive mode, s naglaskom na ekološke i društvene izazove modne industrije. Obrađuju se ključni pojmovi kao što su ekološka održivost, etička moda i brendiranje održivih proizvoda. Poseban naglasak stavlja se na modele ponašanja potrošača i čimbenike koji utječu na donošenje odluka o kupnji održivih modnih proizvoda. Empirijski dio treba obuhvatiti kvalitativno i/ili kvantitativno istraživanje. To može uključivati anketu među potrošačima kako bi se ispitala njihova svijest i stavovi prema održivim modnim brendovima, analizu kupovnih navika te utvrđivanje prepreka koje sprječavaju širu prihvaćenost održive mode. Uz to, mogu se analizirati i komunikacijske strategije održivih modnih brendova kako bi se razumjela njihova učinkovitost u poticanju pozitivnih percepcija kod potrošača.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. izv. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	---------------------	------	---	--	---	--------------------	-------	------	--

328	Porezni menadžment	novi	Porezna evazija i nepravilnosti u sustavu oporezivanja poreza na dodanu vrijednost	Tax evasion and irregularities in the value-added tax (VAT) system	U ovoj temi diplomskog rada primarni cilj je analizirati različite oblike porezne evazije, poput: akvizicijske, kružne i kontra prijevare, ali i negativne utjecaje na gospodarstvo. Tema se fokusira na regulatorne okvire i institucije koje se bore protiv poreznih evazija, a one uključuju Ministarstvo financija, Državno odvjetništvo i USKOK. Također, u okviru ciljeva razmatrat će se učinkovitost mjera za smanjenje porezne evazije, kao što su: analize rizika, administrativna suradnja, tehnološka rješenja i zakonske reforme, s ciljem jačanja porezne discipline i odgovornosti.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. doc. dr. sc. Dina Bičvić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
329	Porezni menadžment	novi	Porez na dodanu vrijednost: Teorijski okvir i empirijska analiza utjecaja na proračun i gospodarstvo	Value Added Tax: Theoretical Framework and Empirical Impact Analysis on the Budget and Economy	Tema rada istražuje funkcije i učinke poreza na dodanu vrijednost (PDV) unutar fiskalnog sustava Hrvatske. Kroz teorijski okvir rada obradit će se povijesni razvoj i načela PDV-a, dok će se u empirijskom dijelu analizirati konkretni ekonomski učinci ovog poreza na državne prihode i potrošnju u Hrvatskoj te će se usporediti stope PDV-a Hrvatske sa članicama EU. Cilj je rada istražiti kako promjene PDV-a utječu na ekonomske subjekte, uključujući proračunske prihode i gospodarsku aktivnost te evaluirati ulogu PDV-a u poticanju ili smanjenju potrošnje.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. doc. dr. sc. Dina Bičvić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

330	Porezni menadžment	novi	Izbjegavanje plaćanja poreza na određenim primjerima	Tax Evasion: Analysis Through Specific Case Studies	Ovaj rad istražuje sustav oporezivanja s posebnim naglaskom na problematiku izbjegavanja plaćanja poreza i njegov utjecaj na gospodarstvo. Pored teorijskog okvira o vrstama poreza, poreznoj evaziji i poreznim oazama, analiziraju se strategije multinacionalnih kompanija poput Applea, Googlea i Volkswagena, koje koriste za smanjenje poreznih obveza. Rad se fokusira na posljedice ovih praksi za državu, posebno unutar Europske unije i Hrvatske, te na mjere sprječavanja poreznih zlouporaba, s ciljem pronalaženja učinkovitih rješenja za postizanje pravednijeg i održivijeg poreznog sustava.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica
331	Porezni menadžment	novi	Bihevioralne spoznaje i utjecaji na oporezivanje	Behavioral cognitions and influences on taxation	Bihevioralne spoznaje i oporezivanje je novi pravac koji je usmjeren na razumijevanje ljudskih odluka i ponašanja za oblikovanje praktičnih poreznih politika i intervencija. U okviru ciljeva student će analizirati evoluciju poreznih sustava i mogućnost primjene bihevioralnih spoznaja u oporezivanju, ponajviše u segmentu: individualnih, socijalnih i okolišnih čimbenika. Sekundarni cilj uključuje analizu preferencija poreznih obveznika i razloge za plaćanjem poreza.	izv. prof. dr. sc.	Karačić	Domagoj	1. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. doc. dr. sc. Dina Bičević, članica 4. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, zamjenska članica

332	Poslovna analiza u IT projektima	Novi	Poslovna analiza na projektu izrade informacijskog sustava - primjer 1	Business Analysis in the Development of an Information System - Example 1	Istraživačka pitanja: Koji je to identificirani jaz između trenutnog i željenog (ciljanog) stanja koje se želi postići? Koja je identificirana poslovna potreba? Metodološki pristup: kombinacija teorijskog pregleda i praktičnog prikaza aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav . Cilj rada: provesti sve potrebne aktivnosti poslovne analize za informacijski sustav po izboru. U teorijskom dijelu rada, student treba analizirati procese poslovne analize, a u empirijskom dijelu provesti aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav: - opisati poslovnu potrebu i analizirati jaz između trenutnog i budućeg stanja (provesti VMOST i PESTLE analizu) - napraviti root cause analizu (ako je moguće) pomoću <i>Fishbone</i> dijagrama, <i>Affinity</i> dijagrama ili upotrebom metode <i>5 whys</i> - napraviti modele poslovnih procesa (As-Is i To-Be) - navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne zahtjeve - napraviti analizu dionika (matrica moći i interesa, <i>onion</i> dijagram, RACI matrica, persona...) - napraviti analizu i prioritizaciju zahtjeva (npr. MoSCoW ili <i>Buy-a-Feature</i> tehnike) - napraviti <i>user story mapping</i>	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	----------------------------------	------	--	---	--	--------------	--------	-------	---

333	Poslovna analiza u IT projektima	Novi	Poslovna analiza na projektu izrade informacijskog sustava - primjer 2	Business Analysis in the Development of an Information System - Example 2	Istraživačka pitanja: Koji je to identificirani jaz između trenutnog i željenog (ciljanog) stanja koje se želi postići? Koja je identificirana poslovna potreba? Metodološki pristup: kombinacija teorijskog pregleda i praktičnog prikaza aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav . Cilj rada: provesti sve potrebne aktivnosti poslovne analize za informacijski sustav po izboru. U teorijskom dijelu rada, student treba analizirati procese poslovne analize, a u empirijskom dijelu provesti aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav: - opisati poslovnu potrebu i analizirati jaz između trenutnog i budućeg stanja (provesti VMOST i PESTLE analizu) - napraviti root cause analizu (ako je moguće) pomoću <i>Fishbone</i> dijagrama, <i>Affinity</i> dijagrama ili upotrebom metode <i>5 whys</i> - napraviti modele poslovnih procesa (As-Is i To-Be) - navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne zahtjeve - napraviti analizu dionika (matrica moći i interesa, <i>onion</i> dijagram, RACI matrica, persona...) - napraviti analizu i prioritizaciju zahtjeva (npr. MoSCoW ili <i>Buy-a-Feature</i> tehnike) - napraviti <i>user story mapping</i>	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	----------------------------------	------	--	---	--	--------------	--------	-------	---

334	Poslovna analiza u IT projektima	Novi	Poslovna analiza na projektu izrade informacijskog sustava - primjer 3	Business Analysis in the Development of an Information System - Example 3	Istraživačka pitanja: Koji je to identificirani jaz između trenutnog i željenog (ciljanog) stanja koje se želi postići? Koja je identificirana poslovna potreba? Metodološki pristup: kombinacija teorijskog pregleda i praktičnog prikaza aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav . Cilj rada: provesti sve potrebne aktivnosti poslovne analize za informacijski sustav po izboru. U teorijskom dijelu rada, student treba analizirati procese poslovne analize, a u empirijskom dijelu provesti aktivnosti poslovne analize za predloženi informacijski sustav: - opisati poslovnu potrebu i analizirati jaz između trenutnog i budućeg stanja (provesti VMOST i PESTLE analizu) - napraviti root cause analizu (ako je moguće) pomoću <i>Fishbone</i> dijagrama, <i>Affinity</i> dijagrama ili upotrebom metode <i>5 whys</i> - napraviti modele poslovnih procesa (As-Is i To-Be) - navesti poslovne, funkcionalne i nefunkcionalne zahtjeve - napraviti analizu dionika (matrica moći i interesa, <i>onion</i> dijagram, RACI matrica, persona...) - napraviti analizu i prioritizaciju zahtjeva (npr. MoSCoW ili <i>Buy-a-Feature</i> tehnike) - napraviti <i>user story mapping</i>	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	----------------------------------	------	--	---	--	--------------	--------	-------	---

335	Poslovna etika	Novi	Etika umjetne inteligencije	The ethics behind AI	Ovaj diplomski rad istražuje etičke dimenzije umjetne inteligencije. U teorijskom dijelu rada, student će analizirati koncept umjetne inteligencije i proces etičkog odlučivanja, proučavajući postojeće etičke smjernice za usklađivanje AI s ljudskim vrijednostima. Empirijski dio rada uključuje komparativnu analizu zakonskih regulativa o umjetnoj inteligenciji u različitim zemljama i analizu javne percepcije razumijevanja umjetne inteligencije, njezine uloge u poslovnom svijetu i budućih perspektiva.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
336	Poslovna etika	Novi	Sukob interesa kao glavna barijera učinkovitosti javnog sektora	Conflicts of interest as the main obstacle to the efficiency of the public sector	U okviru teme, studenti će imati priliku temeljito istražiti koncept dobrog upravljanja, sukoba interesa i korupcije. Fokus rada bit će na praktičnim primjerima sukoba interesa u javnom sektoru, analizi štete koju sukob interesa ima za instituciju, pojedince i društvo u cjelini, te kritičkom sagledavanju pozitivnih i negativnih aspekata različitih pristupa prevenciji sukoba interesa.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
337	Poslovna etika	Novi	Usklađenost poslovanja i etike	Ethical compliance in business	Ovaj diplomski rad istražuje usklađenost poslovnih praksi s etičkim načelima. Teorijski dio analizira filozofske temelje poslovne etike i različite etičke perspektive, te njihov utjecaj na korporativno odlučivanje. Empirijski dio, istraživanjem potrošačke percepcije etičkih praksi, ispituje uključenost etičkih aspekata u poslovanje te analizira povezanost etičkih praksi s reputacijom određenih poduzeća, uključenošću dionika i dugoročnom održivošću poslovanja.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica

338	Poslovna etika	Novi	Ključne komponente društveno odgovornog poslovanja (izabрати sektor)	The key components of corporate social responsibility	Ovaj diplomski rad omogućuje studentima istraživanje komponenata i principa društveno odgovornog poslovanja. Teorijski dio rada će se usredotočiti na definiranje ključnih koncepata društvene odgovornosti, analizirajući relevantne teorijske okvire i modele. Empirijski dio, temeljen na analizi slučaja, istražuje praktičnu primjenu tih principa u odabranom sektoru, analizirajući izazove i uspjehe implementacije društveno odgovornih praksi	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr.sc. Anamarija Delić, članica 4. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
339	Poslovni modeli	Novi	Mrežni marketing - najčešći poslovni model u prodaji	Multilevel marketing - the most common business model in sales	Mrežni marketing predstavlja najčešći i najuspješniji oblik poslovanja, odnosno poslovni model u prodaji. Cilj diplomskog rada je istražiti, te u praktičnom dijelu rada, dati primjere najuspješnijih poslovnih modela utemeljenih na mrežnom marketingu, te analizirati njihov način poslovanja i financijske rezultate. U teorijskom dijelu rada je potrebno pojasniti pojma poslovnog modela, obrazaca poslovnih modela, te važnost poslovnog modela za konkurentnost poslovnog subjekta. Cilj rada je definirati i pojasniti mrežni marketing, njegov nastanak, te napraviti distinkciju između mrežnog marketinga i devijatnih poslovnih modela.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica
340	Poslovni modeli	Novi	Karakteristike uspješnih poslovnih modela - analiza odabranih primjera	Characteristics of successful business models - analysis of selected examples	Cilj diplomskog rada je identificirati i detaljno objasniti karakteristike uspješnih poslovnih modela. U teorijskom dijelu rada naglasak je na definiranju pojma poslovni model, te uloji poslovnog modela u uspješnosti poslovanja poslovnih subjekata. U radu je potrebno objasniti zajedničke	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. doc. dr. sc. Tihana

					karaketistike uspješnih poslovnih modela, te u ptaktičnom dijleu rada, analizirati odabrane primjere.				Koprivnjak Popović, zamjenska članica
341	Poslovni modeli	Novi	Kreativne tehnike za razvoj poslovnih modela	Creative techniques for developing business models	Cilj diplomskog rada je identificirati i detaljno pojasniti najčešće korištene kreativne tehnike za oblikovanje poslovnih modela. U teorijskom dijelu rada potrebno je pojasniti pojmove poslovnog modela, obrasca poslovnog modela, te najčešće korištene tehnike kreiranja poslovnih modela, među kojima je svakako metoda dizajnerskog razmišljanja (design thinking). U praktičnom dijelu rada je potrebno pokazati praktičnu primjenu metode dizajnerskog razmišljanja, te prikazati i objasniti rezultate dobivene primjenom navedene metode.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica
342	Poslovni modeli	Novi	Devijantni poslovni modeli - od <i>Ponzijske sheme</i> do <i>Pig butcheringa</i>	Deviant business models - from Ponzi schemes to Pig butchering	Cilj diplomskog rada je istražiti i napraviti pregled najčešćih financijskih prevara, te napraviti svojevrsni vremenski pregled razvoja prevara. U teorijskom dijelu rada potrebno je dati povijesni pregled prevara, te promjena njihovih poslovnih modela, objasniti najčešće obrasce poslovnih modela koji se koriste za financijske prevare kao i način njihova djelovanja i rezultate. U praktičnom dijelu rada je potrebno istražiti medije u Hrvatskoj te analizirati najčešće prevare i dati preporuke za njihovo rano prepoznavanje i izbjegavanje.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica

343	Poslovni modeli	Novi	Ciljevi održivog razvoja u procesima kreiranja poslovnih modela	Sustainable development goals in business model creation processes	Cilj diplomskog rada je analizirati utjecaj implementacije ciljeva održivog razvoja u procese kreiranja poslovnih modela, te njihov utjecaj na održivost i uspjeh poslovnih modela. U teorijskom dijelu rada je potrebno objasniti ulogu poslovnih modela za uspješnost poslovanja, načine djelovanja pojedinih obrazaca poslovnih modela, te metode kreiranja poslovnih modela. U radu je potrebno staviti naglasak na nužnost implementacije ciljeva održivog razvoja u poslovne modele, te dati, u praktičnom dijelu rada, primjere uspješne implementacije ciljeva i njihov doprinos održivosti i profitabilnosti poslovnih modela.	prof. dr. sc.	Delić	Anamarija	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 3. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica
344	Poslovno pregovaranje	Stari	Čimbenici uspješnosti u poslovnom pregovaranju	Success factors in business negotiation	Cilj rada je analizirati ključne čimbenike koji utječu na uspješno poslovno pregovaranje. Teorijski dio rada pokriva osnovne pojmove i definiciju poslovnog pregovaranja te razradu čimbenika uspješnosti u poslovnom pregovaranju (osobni, kulturološki, komunikacijski...). U empirijskom dijelu rada na temelju primarnog istraživanja prikazat će se osobine, strategije i pregovarački pristupi koji se percipiraju kao ključni za uspjeh, te predložiti preporuke za poboljšanje vještina pregovaranja, s naglaskom na čimbenike uspješnosti u poslovnom pregovaranju.	prof.dr.sc., mag oec.	Štimac, Bilanžić Tanasić	Helena, Karla	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjena

345	Poslovno pregovaranje	Stari	Etički izazovi u poslovnom pregovaranju	Ethical challenges in business negotiations	Ciljevi rada su istražiti i prikazati etičke izazove u poslovnom pregovaranju, koju ulogu etika ima u poslovnom pregovaranju, koliko se etički razmišlja u pregovaranju te ovisi li o pojedinoj situaciji. Teorijski dio rada obuhvaća teorijske okvire vezane uz etiku i poslovno pregovaranje dok će empirijski dio rada prikazati rezultate kvalitativnog istraživanja (hipotetska situacija, intervju), te iznijeti prijedloge za njihovim poboljšanjem.	prof.dr.sc., mag oec.	Štimac, Bilanžić Tanasić	Helena, Karla	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjena
346	Poslovno pregovaranje	Stari	Izvori pregovaračke moći	Sources of negotiation power	Cilj rada je identificirati glavne izvore pregovaračke moći te istražiti kako se koriste različiti izvori moći u pregovorima. Teorijski dio rada pokrit će pojam i vrste pregovaračke moći, teorijske modele pregovaračke moći te faktore koji utječu na pregovaračku moć, dok će se u empirijskom dijelu rada ispitati percepcija i korištenje pregovaračke moći putem primarnog istraživanja. Na temelju rezultata predložiti će se strategije za učinkovito upravljanje pregovaračke moći.	prof.dr.sc., mag oec.	Štimac, Bilanžić Tanasić	Helena, Karla	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjena
347	Poslovno pregovaranje	Novi	Stilovi pregovaranja i kako ih koriste studenti	Negotiation styles and how students use them	U teorijskom dijelu rada bit će opisani stilovi pregovaranja a u empirijskom istraživanju putem upitnika (kvantitativni metodološki pristup) će se istražiti koje stilove studenti dominantno koriste. U zaključnom dijelu rada, student će dati preporuke za učinkovitije pregovaranje.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan König	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan König, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

348	Poslovno pregovaranje	Novi	Načini rješavanja konflikta kod studenata	How students resolve conflicts	U teorijskom dijelu ovoga rada daje se pregled literature na temu konflikta a u empirijskom istraživanju (kvantitativni metodološki pristup) će se putem intervjua/upitnika (Thomas-Kilman test) istražiti načine na koje studenti rješavaju konflikte te dati preporuke.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan König	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan König, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
349	Poslovno pregovaranje	Novi	Strategije pozicijskog pregovaranja i taktike pregovaranja	Distributive negotiation and negotiation tactics	Rad istražuje strategije pozicijskog pregovaranja te korištenje pregovaračkih taktika u pozicijskim pregovorima, daje pregled literature o njihovim karakteristikama, opravdanost korištenja te koju protutaktiku koristiti kao obranu. U praktičnom dijelu daju se primjeri korištenja navedenih taktika.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan König	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan König, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
350	Poslovno pregovaranje	Novi	Emocionalna inteligencija i pregovaranje	The role of emotional intelligence in negotiations	U radu se daje pregled literature o emocionalnoj inteligenciji općenito i njenoj ulozi u pregovorima. U empirijskom dijelu (kvantitativni metodološki pristup) se istražuje percepcija poslovnih ljudi o emocionalnoj inteligenciji u pregovorima te nude zaključci i daju preporuke.	izv. prof. dr. sc.	Sedlan König	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan König, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
351	Poslovno pregovaranje	Novi	Opravdanost korištenja pregovaračkih taktika kod poduzetnika	Why entrepreneurs should(not) use negotiation tactics?	Rad istražuje korištenje pregovaračkih taktika, daje pregled literature o njihovim karakteristikama, opravdanost korištenja te koju protutaktiku koristiti kao obranu. U empirijskom dijelu student će provjeriti na koji način poduzetnici koriste pregovaračke taktike(kvalitativni metodološki pristup).	izv. prof. dr. sc.	Sedlan König	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan König, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

352	Poslovno pregovaranje	Novi	Kako se za pregovore pripremaju hrvatski poduzetnici	How Croatian entrepreneurs prepare for negotiation?	Poznato je da je priprema iznimno važna za uspješnost pregovora. U teoretskom dijelu rada potrebno je istražiti domaću i stranu literaturu na temu pripreme za pregovore, koja je važan čimbenik uspješnosti pregovora, s posebnim naglaskom na korake tijekom pripreme, a u empirijskom dijelu provesti istraživanje o tome u kojoj se mjeri i na koji način za pregovore pripremaju hrvatski poduzetnici(kvalitativni metodološki pristup -intervjui).	izv. prof. dr. sc.	Sedlan Kőnig	Ljerka	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Kőnig, članica 3. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
353	Pravedna trgovina i održivost	stari	Percepcija pravedne trgovine među potrošačima	Perception of fair trade among consumers	Temom se istražuje pojam pravedna trgovina. Analiza treba uključiti istraživanje percpecije potrošaća o pojmu pravedna trgovina, njegovoj oznaci, ciljevima pravedne trgovine, izazovima i dr. Također, analiza treba uključiti i pojedine preporuka za povećanje vidljivosti i bolje informiranje potrošaća o vrijednostima pravedne trgovine, te istaknuti potencijalne izazove u pravednoj trgovini u budućnosti. Pored prethodno navedenog potrebno je dati preporuke za buduća istraživanja te istaknuti ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćučić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćučić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

354	Pravedna trgovina i održivost	stari	Pravedna trgovina kao koncept poslovnog modela	Fair trade as a business model concept	Temom se istražuje pravedna trgovina kao koncept poslovnog modela. Analiza treba uključiti ciljeve pravedne trgovine (cijenu, socijalnu komponentu, ekološku komponentu), održivost (ekonomsku i socijalnu). Također, analiza treba uključiti preporuke za povećanu vidljivost i održivost pravedne trgovine u budućnosti. Pored prethodno navedenog potrebno je dati preporuke za buduća istraživanja te istaknuti ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćućić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćućić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
355	Pravedna trgovina i održivost	stari	Vidljivost zelenih i održivih proizvoda na tržištu Republike Hrvatske	Visibility of green and sustainable products on the market of the Republic of Croatia	Temom se istražuju pojmovi zeleni i održivi proizvod. Analiza treba uključiti istraživanje aktualnih zelenih i održivih proizvoda u pojedinom sektoru (ponuda, cijene, dobavljači, distribucija, kupci i dr.). Također, analiza treba uključiti i preporuka za daljnji rast i razvoj zelenih i održivih proizvoda. Pored prethodno navedenog potrebno je dati preporuke za buduća istraživanja te istaknuti ograničenja u provedenom istraživanju. Metodologija rada temelji se na analizi znanstvene i/ili stručne literature uz pregled dosadašnjih istraživanja i/ili primjera iz prakse za navedeno područje.	prof. dr. sc.	Ćućić	Dražen	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dražen Ćućić, član 3. doc. dr. sc. Hrvoje Serdarušić, član 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

356	Pribavljanje, selekcija i raspored zaposlenika	Novi	Pribavljanje, selekcija i raspored zaposlenika organizacije XY	Recruitment, Selection and Deployment Planning of Employees of Organization XY	Ciljevi diplomskog rada su analizirati suvremene strategije pribavljanja i selekcije zaposlenika te njihov utjecaj na poslovne rezultate, istražiti povezanost između kvalitetnog rasporeda zaposlenika i organizacijske učinkovitosti, te predložiti preporuke za poboljšanje praksi u upravljanju ljudskim potencijalima. Glavno je istraživačko pitanje usmjereno na utvrđivanje najbolje prakse u navedenim procesima na primjeru konkretne organizacije. Diplomski se rad sastoji od teorijskog i praktičnog dijela. Teorijski pregled obuhvaća analizu temeljnih teorija i modela u upravljanju ljudskim potencijalima te trendova i izazova u okruženju. Praktičan dio može obuhvatiti kombinaciju kvalitativnih (analiza stručne literature, studija slučaja i intervjui s HR stručnjacima) i kvantitativnih metoda istraživanja (analiza podataka dobivenih istraživanjem provedenim među zaposlenicima i menadžerima ljudskih potencijala). Praktičan dio rada stoga rezultira analizom stvarnog primjera iz prakse (empirijsko istraživanje i/ili studija slučaja poduzeća ili sektora) te evaluacijom postojećih strategija i prijedlozima konkretnih rješenja za poboljšanje.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. prof. dr. sc. Ivana Fosić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 4. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, zamjenska članica
357	Procjena vrijednosti imovine i poslovanja	novi	Financijski položaj i profitabilnost prije i nakon spajanja poduzetnika	Financial Position and Profitability Before and After the Merger or Aquisition of the Companies Using the Example of	Od studenta se očekuje, u sklopu navedene teme završnog rada, analizirati strukturu financijskih izvještaja poduzetnika prije spajanja, te nakon spajanja prikazati načine i postupke utvrđivanja financijske uspješnosti, teorijski definirati i praktično prikazati horizontalnu	izv. prof. dr. sc.	Hadrović Zekić	Blaženka	1. izv. prof. sr. sc. Domagoj Karačić, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica

					i vertikalnu analizu te analizu primjenom financijskih pokazatelja.				4. doc.dr.sc. Dina Bičvić, zamjenska članica
358	Procjena vrijednosti imovine i poslovanja	novi	Analiza financijskih izvještaja i procjena buduće vrijednosti - studija slučaja	Analysis of Financial Statements and Estimation of Future Value - Case Study	Predmet i cilj rada je opisati pristup i metode procjene vrijednosti poduzetnika. U radu treba obraditi teorijski i aplikativni aspekt procjene vrijednosti. Na odabranom primjeru student će analizirati segment procjene vrijednosti i na taj način argumentirano ukazati na preporuke koje mogu proizaći iz rezultata analize.	izv. prof. dr. sc.	Hadrović Zekić	Blaženka	1. izv. prof. sr. sc. Domagoj Karačić, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. doc.dr.sc. Dina Bičvić, zamjenska članica
359	Procjena vrijednosti imovine i poslovanja	novi	Ocjena vrijednosti poduzetnika primjenom modela multiplikatora	Assessment of Company Value Using the Multiplier Model	Model multiplikatora temelji se na procjeni vrijednosti kapitala ili cjelokupne imovine poduzetnika na temelju podataka o tržišnim vrijednostima usporedivih poduzetnika. Na primjeru student treba analizirati knjigovodstvenu vrijednost poduzetnika (na osnovu objavljenih financijskih izvještaja) te vrednovati odabranog poduzetnika primjenom multiplikatora.	izv. prof. dr. sc.	Hadrović Zekić	Blaženka	1. izv. prof. sr. sc. Domagoj Karačić, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. doc.dr.sc. Dina Bičvić, zamjenska članica
360	Prodaja i pregovaranje	Novi	Psihološke taktike u prodaji i pregovaranju	Psychological tactics in sales and negotiation	Cilj rada je identificirati ključne psihološke taktike koje se koriste u prodaji i pregovaranju. Teorijski dio rada prikazuje uvodna razmatranja o prodaji i pregovaranju, te koje se psihološke taktike javljaju u prodaji i pregovaranju s naglaskom na etičnu dimenziju. Istraživanje bi bilo kvalitativno (hipotetska situacija, intervju, fokus grupa) gdje bi se utvrdilo koje se psihološke taktike koriste, u kojim situacijama, te o kojim čimbenicima navedeno	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjenska članica

					ovisi. Na temelju rezultata student predlaže preporuke kako etički koristiti psihološke taktike u cilju win-win ishoda.				
361	Prodaja i pregovaranje	Novi	Utjecaj digitalne transformacije na procese prodaje i pregovaranja	The impact of digital transformation on sales and negotiation processes	U radu bi se analizirala digitalna transformacija te njen utjecaj na poslovne procese, s naglaskom na prodaju i pregovaranje. Ciljevi rada bili bi identificirati ključne digitalne tehnologije i alate koje se koriste u modernim procesima prodaje i pregovaranja, te istražiti prednosti i izazove digitalne transformacije kroz teoriju i praktični primjer. Empirijski dio rada obuhvatio bi ispitivanje primjene digitalnih rješenja u odabranim industrijama ili poduzećima te pružanje preporuka za učinkovitu primjenu digitalne transformacije u prodajnim i pregovaračkim procesima.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjenska članica

362	Prodaja i pregovaranje	Novi	Utjecaj temperamenta pregovarača na odabir strategija pregovaranja u poslovnim situacijama	The impact of negotiators' temperament on the choice of negotiation strategies in business situations	Cilj rada je istražiti kako različiti temperamenti (kolerik, melankolik, sangvinik, flegmatik) utječu na odabir pregovaračkih strategija u poslovnom okruženju. Teorijski dio rada analizira teorijske osnove temperamenata i pregovaračkih strategija. Kroz empirijsko istraživanje bi se ispitala povezanost između specifičnih temperamenata i preferiranih strategija pregovaranja. Koristila bi se hipotetska situacija u poslovnom pregovaranju, a putem upitnika bi se odredio temperament ispitanika. Na temelju rezultata bi se pružile preporuke za prilagodbu pregovaračkih strategija prema temperamentu pregovarača.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjenska članica
363	Prodaja i pregovaranje	Novi	Uloga emocionalne inteligencije u rješavanju prigovora tijekom prodaje	The role of emotional intelligence in handling complaints during sales	Cilj rada je ispitati povezanost razine emocionalne inteligencije s učinkovitosti rješavanja prigovora u praksi. U teorijskom dijelu rada analizirat će se teorijski koncept emocionalne inteligencije te njen značaj u prodajnom procesu, s naglaskom na rješavanje prigovora kupaca. Osim toga, prikazat će se tehnike otklanjanja prodajne rezistencije te koji psihološki i logički uzroci otpora se javljaju pri zaključenju prodaje. U empirijskom dijelu rada će se putem metode promatranja i metode ispitivanja ispitati povezanost razine emocionalne inteligencije s učinkovitosti rješavanja prigovora u praksi te predložiti preporuke za razvoj emocionalne inteligencije kod prodajnih djelatnika s ciljem boljeg upravljanja prigovorima.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjenska članica

364	Prodaja i pregovaranje	Novi	Utjecaj međukulturalnih razlika na pregovaranje i prodajne procese	The influence of cross-cultural differences on negotiation and sales processes	Teorijski dio rada obuhvatit će prikaz međukulturalnih razlika, te utjecaj istih na pregovaranje i prodajne procese. U empirijskom dijelu rada će se ispitati izazovi i prilike koje proizlaze u međukulturalnim razlikama u prodaji i pregovaranju (analizom različitih zemalja i kultura). Cilj rada je istražiti putem ankete kako kulturne razlike između dviju zemalja utječu na pregovaranje i prodajne procese te predložiti strategije za prilagodbu pregovaračkim i prodajnim pristupima u međukulturalnom okruženju.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ljerka Sedlan Konig, zamjenska članica
365	Projektni menadžment	Novi	IT alati u upravljanju projektima	IT tools in project management	Diplomski rad treba prikazati IT alate u upravljanju projektima. U teorijskom dijelu rada student treba prikazati načine na koje IT alati mogu pomoći u procesu upravljanja projektima te kako isti doprinose izvođenju projekata. U empirijskom dijelu rada student treba na primjerima analizirati načine korištenja IT alata u praksi te predložiti najbolje.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Dražen Čučić, zamjenski član
366	Projektni menadžment	Novi	Upravljanje projektima na primjeru poduzeća X	Project management in company X	Rad treba dati uvid u upravljanje projektima unutar organizacije te na koji način proces upravljanja projektima utječe na poboljšanje upravljanja operacijama. U teorijskom dijelu rada student treba dati osnovne informacije o upravljanju projektima, tehnikama upravljanja projektima. U empirijskom dijelu student treba prikazati tijek upravljanja projektima u promatranoj tvrtki kao i potencijalne pomake u upravljanju operacijama poduzeća koji su rezultirali tim projektom.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Dražen Čučić, zamjenski član

367	Projektni menadžment	Novi	Upravljanje rizicima u projektnom menadžmentu	Risk management in project management	Diplomski rad treba opisati načine na koje je potrebno upravljati rizicima u upravljanju projektima. U teorijskom dijelu rada student treba prikazati s kojim se sve potencijelnim rizicima može susresti prilikom upravljanja projektima te ukazati na metode upravljanja rizicima. U empirijskom dijelu rada treba na odabranom projektu identificirati rizike te predložiti načine na koje treba upravljati njima i obrazložiti svoj odabir.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Dražen Čučić, zamjenski član
368	Projektni menadžment	Novi	Agile i Scrum - suvremene metode upravljanja projektima	Agile and Scrum - modern project management methods	Diplomski rad treba dati uvid u dvije suvremene metode upravljanja projektima. U teorijskom dijelu diplomskog rada student daje osnovne informacije o dvije suvremene metode upravljanja projektima i po čemu se razlikuju u odnosu na tradicionalnu metodu. U empirijskom dijelu rada student treba prikazati tijek upravljanja projektima koristeći jednu od dvije suvremene metode upravljanja projektima i ukazati na prednosti odnosno nedostatke odabrane metode.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Dražen Čučić, zamjenski član
369	Projektni menadžment	Novi	Usklađivanje upravljanja projektima sa strategijom poduzeća	Aligning project management with company strategy	Rad treba ukazati kako projekti pomažu izvršenju strategije poduzeća. U teorijskom dijelu rada student treba prikazati postavke usklađivanja upravljanja projektima s ciljevima ispunjenja strategije poduzeća. U empirijskom dijelu rada student treba analizirati provođenje projekata unutar promatranog poduzeća, a u cilju ispunjenja strategije poduzeća i procijeniti jesu li ostvareni projekti pomogli ostvarivanju strategije promatranog poduzeća.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Dražen Čučić, zamjenski član

370	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Razvoj web aplikacije za evidenciju međunarodne razmjene studenata u programskom jeziku C#	Web Application Development for the international student exchange management in the C # programming language	Cilj rada je u teorijskom dijelu dati pregled tehnologije za razvoj web aplikacija, a u praktičnom dijelu prikazati uporabu tehnologije na primjeru izrade web aplikacije za međunarodne razmjenе studenata. U teorijskom dijelu potrebno je dati prikaz objektno orijentiranog programiranja u izradi web aplikacija, s naglaskom na programski jezik C#, troslojnu arhitekturu web aplikacija i agilni pristup razvoju aplikacija. Također je potrebno prikazati osnovne zakonske elemente evidencije međunarodne razmjenе studenata. Kroz praktični dio potrebno je prikazati proces izrade web aplikacije za evidenciju međunarodne razmjenе studenata koristeći agilni pristup, programski jezik C# i razvojnu okolinu Visual studio. Na kraju je potrebno dati kritički prikaz prednosti i nedostataka razvoja web aplikacija uz uporabu ove tehnologije, kao i smjernice za njezin budući razvoj.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
-----	-----------------------------	------------------------	--	---	---	--------------------	---------	----------	---

371	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Razvoj web aplikacije za popis imovine poslovnog subjekta u programskom jeziku C#	Web Application Development for business entity inventory in the C # programming language	Cilj rada je u teorijskom dijelu dati pregled tehnologije za razvoj web aplikacija, a u praktičnom dijelu prikazati uporabu tehnologije na primjeru izrade popisa imovine. U radu je potrebno u teorijskom dijelu dati prikaz objektno orijentiranog programiranja u izradi web aplikacija, s naglaskom na programski jezik C#, troslojnu arhitekturu web aplikacija i agilni pristup razvoju aplikacija. Također je potrebno prikazati osnovne zakonske elemente evidencije imovine, odnosno stalnih sredstava nekog poslovnog subjekta. Kroz praktični dio potrebno je prikazati proces izrade web aplikacije za evidenciju imovine poslovnog subjekta koristeći agilni pristup, programski jezik C# i razvojnu okolinu Visual studio. Na kraju je potrebno dati kritički prikaz prednosti i nedostataka razvoja web aplikacija uz uporabu ove tehnologije, kao i smjernice za njezin budući razvoj.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
372	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Agilni pristup razvoju aplikacija na primjeru mobilne aplikacije za prikaz turističke ponude grada	Agile approach to application development on the example of a mobile application for displaying the city tourist offer	Tema se bavi agilnim pristupom razvoju aplikacija korištenjem SCRUM metode koja u više iteracija izrađuje pojedine dijelove aplikacije uz stalnu interakciju unutar razvojnog tima i s korisnicima. Rad će prikazati korake u izradi jedne mobilne aplikacije na primjeru prikaza turističke ponude grada po izboru, prikazati mockup-e, dizajn sučelja, funkcionalnosti i dati analizu upotrebljivosti (engl. usability) aplikacije kroz analizu korisničkog iskustva. Na kraju će objasniti prednosti i nedostatke uporabe ove	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član

					tehnologije i njezin doprinos kvaliteti mobilnih aplikacija.				
373	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Agilni pristup razvoju aplikacija na primjeru mobilne aplikacije za praćenje kvalitete ishrane	Agile approach to application development on the example of a mobile application for monitoring nutrition quality	Tema se bavi agilnim pristupom razvoju aplikacija korištenjem SCRUM metode koja u više iteracija izrađuje pojedine dijelove aplikacije uz stalnu interakciju unutar razvojnog tima i s korisnicima. Rad će prikazati korake u izradi jedne mobilne aplikacije na primjeru upravljanja kvalitetom ishrane, prikazati mockup-e, dizajn sučelja, funkcionalnosti i dati analizu upotrebljivosti (engl. usability) aplikacije kroz analizu korisničkog iskustva. Na kraju će objasniti prednosti i nedostatke uporabe ove tehnologije i njezin doprinos kvaliteti mobilnih aplikacija.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Še balj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
374	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Usporedba platformi za dijeljenje programskog koda	Comparison of software code sharing platforms	Platforme za dijeljenje programskog koda postale su sve popularniji način komunikacije i suradnje programera, te omogućuju ne samo veću vidljivost i promociju vještina programiranja i samih tehnologija, nego i povećanje suradnje i kvalitete programiranja. Cilj rada je kroz sekundarno istraživanje teorijski analizirati funkcionalnosti i druge karakteristike takvih platformi te, kroz empirijski dio, predstaviti njihov utjecaj na	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Še balj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član

					razvoj novih tehnologija i kvalitetu programiranja.				
375	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Proces dizajniranja web aplikacije	Web application design process	Cilj rada je u teorijskom dijelu dati prikaz procesa dizajniranja web aplikacije od idejnog rješenja, mockup skica do front end programiranja, kao i dati smjernice dobrog dizajna za suvremene web aplikacije. U praktičnom dijelu rada bit će napravljen dizajn web aplikacije po izboru i analizirano korisničko iskustvo za kreirano sučelje.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
376	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Proces dizajniranja nativne mobilne aplikacije	Native mobile application design process	Cilj rada je u teorijskom dijelu dati prikaz procesa dizajniranja nativne mobilne aplikacije od idejnog rješenja, mockup skica do front end programiranja, kao i dati smjernice dobrog dizajna za suvremene mobilne aplikacije. U praktičnom dijelu rada bit će napravljen dizajn nativne mobilne aplikacije po izboru i analizirano korisničko iskustvo za kreirano sučelje.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
377	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Uporaba multimedije u web aplikacijama u alatu Visual Studio	Using multimedia in web applications in Visual Studio	Cilj rada je u teorijskom dijelu istražiti načine uključivanja multimedijalnih zapisa, prvenstveno video-materijala i slika u web aplikacije. U praktičnom dijelu bit će u alatu Visual Studio uz pomoć jezika C#, HTML-a 5.0 i CSS-a izrađena web aplikacija koja uključuje multimediju, te analizirane prednosti i nedostaci	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član

					ovih tehnologija u radu s multimedijalnim zapisima.				
378	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Načini pretraživanja podataka u web aplikacijama	Ways of searching data in web applications	Cilj rada je u teorijskom dijelu istražiti načine pretraživanja podataka u web aplikacijama koristeći programski jezik C# ili javascript, te SQL i LINQ upite. U praktičnom dijelu bit će izrađena web aplikacija koja će na više načina omogućiti pretraživanje baze podataka. Na kraju će se analizirati prednosti i nedostaci svakog od opisanih načina kao i mogućnosti primjene u poslovanju.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
379	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Mogućnosti Bootstrapa u dizajniranju web aplikacija	Bootstrap possibilities in web application design	Cilj rada je u teorijskom dijelu dati pregled mogućnosti CSS stilskog jezika i Bootstrap predložka u dizajniranju sučelja web aplikacije i načina na koji ovaj predložak olakšava programerima rad. U praktičnom dijelu bit će na primjeru web aplikacije korišten Bootstrap predložak i prikazani načini njegove prilagodbe, kao i prednosti i nedostaci.	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član

380	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Tehnologije za izradu distribuiranih aplikacija na primjeru upravljanja projektima	Technologies for Developing Distributed Applications: A Case Study on Project Management	Cilj ovog rada je u teorijskom dijelu istražiti i analizirati trenutno dominantne tehnologije koje se koriste u razvoju, distribuciji i implementaciji fullstack web aplikacija. Rad će se fokusirati na primjenu tih tehnologija kroz praktičan primjer razvoja distribuirane fullstack web aplikacije za upravljanje projektima, s posebnim naglaskom na identifikaciju prednosti, izazova i mogućnosti optimizacije koje ove tehnologije donose u kontekstu razvoja složenih web sustava. Rad treba odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja: Kako se različite tehnologije koriste u procesu izrade distribuiranih fullstack web aplikacija, osobito u kontekstu upravljanja projektima?, Koje su prednosti i izazovi primjene distribuiranih tehnologija u razvoju aplikacija za upravljanje projektima? i Kako se proces razvoja distribuirane fullstack web aplikacije za upravljanje projektima može optimizirati korištenjem modernih tehnologija?	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopecj, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
-----	-----------------------------	------------------------	--	--	---	--------------------	---------	----------	---

381	Razvoj poslovnih aplikacija	Novi studijski program	Principi čiste arhitekture s domenama vođenim dizajnom na primjeru razvoja cijelog stoga aplikacije	Principles of Clean Architecture with Domain-Driven Design: A Case Study on Full-Stack Application Development	Cilj ovog rada je dizajnirati i implementirati aplikaciju koja studentima olakšava upravljanje studentskim poslovima, uključujući funkcionalnosti poput računanja mjesečne plaće, praćenja odrađenih poslova i postavljanja ciljeva zarade. Rad će se fokusirati na razvoj backend sloja u .NET-u i frontend sloja u React.js (ili Next.js), istražujući, u teorijskom dijelu, izazove i prednosti tih tehnologija u kontekstu izrade funkcionalne i korisnički prihvatljive aplikacije. Rad treba odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja: Koje su prednosti i izazovi u korištenju .NET-a za razvoj backend sloja aplikacije za studentske poslove?, Kako React.js (ili Next.js) doprinosi efikasnosti i korisničkom iskustvu u razvoju frontend dijela aplikacije?, Na koji način dizajn aplikacije može optimizirati funkcionalnosti kao što su računanje mjesečne plaće, praćenje odrađenih poslova i postavljanje ciljeva zarade? i Kako se arhitektonska rješenja u razvoju fullstack aplikacija mogu primijeniti na praktične izazove u kontekstu razvoja aplikacije za studentske poslove?	izv. prof. dr. sc.	Jakopec	Tomislav	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Tomislav Jakopec, član 3. doc. dr. sc. Domagoj Ševerdija, član 4. prof. dr. sc. Branimir Dukić, zamjenski član
-----	-----------------------------	------------------------	---	--	--	--------------------	---------	----------	--

382	Razvoj web aplikacija	Novi studijski program	Model baze znanja za poslovne ekonomiste	Knowledge base model for Business Economists	U radu treba sagledati pojam menadžmenta znanja, ontologije, te istražiti optimalne načine organizacije i „indeksiranja“ znanja radi brzog pristupa znanju, sagledati elementarne činjenice i pravila koja bi trebao znati poslovni ekonomist, a koja mogu postati temelj na kojem se može nadograđivati sustav znanja za poslovne ekonomiste. Zatim, izraditi model ontološki orijentiranog sustava baze znanja koji djeluje sukladno načinu djelovanja društvenih mreža. Sukladno definiranom modelu modelirati i izraditi bazu podataka te Web programsku aplikacije za korištenje predmetnog sustava zasnovanog na znanju upotrebom PHP-a i MySQL-a. Testirati sustav i ukloniti logičke greške upotrebom istraživanjem sagledanih elementarnih činjenica i pravila, odnosno znanja koja bi trebao znati poslovni ekonomist. Opisati kreiran sustav znanja i ponuditi daljnje razvojne mogućnosti definiranog sustava znanja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
-----	-----------------------	------------------------	--	--	---	---------------	-------	----------	--

383	Razvoj web aplikacija	Novi studijski program	Web mjesto za upravljanje ljudskim resursima	Human Resource Management Website	U radu treba sagledati pojam znanja, menadžmenta znanja, te važnosti postavljanja „pravih ljudi na pravo mjesto“. Sagledati obujam informacija potrebnih za strukturirano modeliranje baze podataka u MySQL-u za potrebe evidentiranja ljudskih resursa, njihovih sposobnosti i referenci. Izraditi model programskog rješenja društvene mreže koja je u funkciji evidentiranja ljudskih resursa te dobivanja strukturiranih informacija o sposobnostima ljudskih resursa i njihovim referencama. Kreirati Web programsku aplikaciju temeljem prethodno razrađenih modela u PHP programskom jeziku. Testirati sustav i ukloniti logičke greške. Opisati kreiran sustav znanja o ljudskim resursima, njihovim sposobnostima i referencama. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti definiranog sustava znanja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
384	Razvoj web aplikacija	Novi studijski program	Web programska aplikacija za financijsko računovodstvo	Web programming application for financial accounting	U radu treba sagledati pojam financijskog računovodstva i definirati elemente koje programska aplikacija za financijsko računovodstvo treba sadržavati. Sagledati upotrebnost vrijednost PHP-a i MySQL-a. Istražiti tržište poslovnih programskih aplikacija i sagledati kako rade, te koje su dobre, a koje loše strane financijskog računovodstva kod tih programskih aplikacija. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije za jednostavno financijsko računovodstvo. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

					razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.				
385	Razvoj web aplikacija	Novi studijski program	Web programska aplikacija za blagajničko poslovanje	Web programming application for Cashier Dealings	U radu treba sagledati pojam blagajničkog poslovanja i definirati elemente koje programska aplikacija za blagajničko poslovanje treba sadržavati. Sagledati upotrebnost vrijednost PHP-a i MySQL-a. Istražiti tržište poslovnih programskih aplikacija i sagledati kako rade, te koje su dobre, a koje loše strane blagajničkog poslovanja kod tih programskih aplikacija. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije za jednostavno blagajničko poslovanje. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

386	Relacijske baze podataka	Novi studijski program	Model baze podataka za evidenciju automobila parkiranih na parkiralištu	A database model for recording cars parked in a parking lot	U radu treba sagledati pojam relacijskog modela podataka, relacijskog modeliranja relacijskih baza podataka, relacijskog integriteta, sustava za upravljanje relacijskim bazama podataka, SQL-a i MySQL-a. Zatim, izabrati poslovni subjekt koji ima vlastito parkiralište te vidjeti koji su podaci bitni za potencijalnu poslovnu aplikaciju koja bi služila za evidenciju automobila parkiranih na parkiralištu, izraditi odgovarajući model baze podataka korištenjem pseudo jezika i definirati u SQL-u model baze podataka, interpretirati ga pomoću MySQL-a. Model testirati temeljem unesenih 100-tinjak n-torki, te korištenjem barem izmjena na 10 n-torki, te isti tolikog broj brisanja n-torki. Također, testiranje obuhvaća provjeru informacijskog potencijala baze podataka kroz 50-tak različitih upita. Opisati kreiran model baze podataka.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
-----	--------------------------	------------------------	---	---	--	---------------	-------	----------	--

387	Relacijske baze podataka	Novi studijski program	Model baze podataka za računalni servis	Database model for computer service	U radu treba sagledati pojam relacijskog modela podataka, relacijskog modeliranja relacijskih baza podataka, relacijskog integriteta, sustava za upravljanje relacijskim bazama podataka, SQL-a i MySQL-a. Zatim, izabrati poslovni subjekt koji se bavi servisom računala te vidjeti koji su podaci bitni za potencijalnu poslovnu aplikaciju koja bi služila za evidenciju preuzimanja računala na servis i povrati istih uz prateći radni nalog, izraditi odgovarajući model baze podataka korištenjem pseudo jezika i definirati u SQL-u model baze podataka, interpretirati ga pomoću MySQL-a. Model testirati temeljem unesenih 100-tinjak n-torki, te korištenjem barem izmjena na 10 n-torki, te isti tolikog broj brisanja n-torki. Također, testiranje obuhvaća provjeru informacijskog potencijala baze podataka kroz 50-tak različitih upita. Opisati kreiran model baze podataka.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
-----	--------------------------	------------------------	---	-------------------------------------	---	---------------	-------	----------	---

388	Relacijske baze podataka	Novi studijski program	Model baze podataka za evidenciju utroška materijala u proizvodnji	Database model for recording material consumption in production	U radu treba sagledati pojam relacijskog modela podataka, relacijskog modeliranja relacijskih baza podataka, relacijskog integriteta, sustava za upravljanje relacijskim bazama podataka, SQL-a i MySQL-a. Zatim, izabrati poslovni subjekt koji ima proizvodnju te vidjeti koji su podaci bitni za potencijalnu poslovnu aplikaciju koja bi služila za evidenciju utroška materijala u proizvodnji, izraditi odgovarajući model baze podataka korištenjem pseudo jezika i definirati u SQL-u model baze podataka, interpretirati ga pomoću MySQL-a. Model testirati temeljem unesenih 100-tinjak n-torki, te korištenjem barem izmjena na 10 n-torki, te isti tolikog broj brisanja n-torki. Također, testiranje obuhvaća provjeru informacijskog potencijala baze podataka kroz 50-tak različitih upita. Opisati kreiran model baze podataka.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
389	Relacijske baze podataka	Novi studijski program	Model baze podataka za evidenciju periodike u knjižnici	Library book database model	U radu treba sagledati pojam relacijskog modela podataka, relacijskog modeliranja relacijskih baza podataka, relacijskog integriteta, sustava za upravljanje relacijskim bazama podataka, SQL-a i MySQL-a. Zatim, izabrati knjižnicu te vidjeti koji su podaci bitni za evidentiranje bibliotečnih publikacija, izraditi odgovarajući model baze podataka korištenjem pseudo jezika i definirati u SQL-u model baze podataka, interpretirati ga pomoću MySQL-a. Model testirati temeljem unesenih 100-tinjak n-torki, te korištenjem barem izmjena na 10 n-torki, te isti tolikog broj brisanja n-torki.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

					Također, testiranje obuhvaća provjeru informacijskog potencijala baze podataka kroz 50-tak različitih upita. Opisati kreiran model baze podataka.				
390	Relacijske baze podataka	Novi studijski program	Model baze podataka za POS sustav	Database model for POS system	U radu treba sagledati pojam relacijskog modela podataka, relacijskog modeliranja relacijskih baza podataka, relacijskog integriteta, sustava za upravljanje relacijskim bazama podataka, SQL-a i MySQL-a. Zatim, izabrati malotrgovinski poslovni subjekt te vidjeti koji su podaci bitni za potencijalnu POS poslovnu aplikaciju, izraditi odgovarajući model baze podataka korištenjem pseudo jezika i definirati u SQL-u model baze podataka, interpretirati ga pomoću MySQL-a. Model testirati temeljem unesenih 100-tinjak n-torki, te korištenjem barem izmjenjena na 10 n-torki, te isti tolikog broj brisanja n-torki. Također, testiranje obuhvaća provjeru informacijskog potencijala baze podataka kroz 50-tak različitih upita. Opisati kreiran model baze podataka.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. izv. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

391	Restrukturiranje u poslovnim poteškoćama	novi	Restrukturiranje poduzeća kroz predstečajni postupak: Učinkovitost mjera i izazovi provedbe	Restructuring companies through pre-bankruptcy proceedings: Effectiveness of measures and implementation challenges	Cilj istraživanja je analizirati konkretne mjere restrukturiranja i identificirati ključne izazove u njihovoj provedbi. Istraživanje se temelji na kvalitativnoj i kvantitativnoj analizi podataka. Kvalitativni dio obuhvaća pregled zakonodavnog okvira i smjernica za predstečajne postupke uz analizu slučajeva iz prakse. Student koristi metode deskriptivne statistike kako bi ocijenio učinkovitost mjera, poput smanjenja duga, restrukturiranja troškova i operativnih promjena. Intervjui s ključnim dionicima, poput stečajnih upravitelja i financijskih stručnjaka, pružaju dodatni uvid u izazove provedbe. Rasprava se fokusira na usporedbu ciljeva i rezultata predstečajnog postupka. Analizira se koliko mjere restrukturiranja doprinose financijskoj stabilnosti i dugoročnom oporavku poduzeća. Zaključno, rad sumira ključne nalaze istraživanja i predlaže praktične preporuke za unaprjeđenje predstečajnih postupaka. Ističe se potreba za fleksibilnijim zakonodavnim okvirom, boljom edukacijom uprava poduzeća o restrukturiranju te većim uključivanjem stručnjaka iz financijskog sektora.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	--	------	---	---	---	---------------	--------------	------------	---

392	Restrukturiranje u poslovnim poteškoćama	novi	Tijek stečajnog postupka: Analiza ključnih faza i uloga sudionika	The course of bankruptcy proceedings: Analysing the key stages and roles of the parties involved	Cilj rada je analizirati ključne faze stečajnog postupka uključujući otvaranje, utvrđivanje imovine, raspodjelu sredstava i zaključenje, te istražiti uloge glavnih sudionika poput stečajnog upravitelja, vjerovnika i sudova. U metodologiji, student analiza zakonske propise, literaturu i statističke podatke o trajanju i ishodima stečajnih postupaka. Kvalitativni dio uključuje pregled sudske prakse. U nastavku rada raspravlja se o ključnim fazama stečajnog postupka od otvaranja i utvrđivanja imovine do raspodjele sredstava i zaključenja postupka. Poseban naglasak stavlja se na ulogu stečajnog upravitelja i izazove poput dugotrajnosti postupaka i neadekvatne procjene imovine. Identificiraju se prepreke i nude rješenja za povećanje transparentnosti i učinkovitosti. Zaključak pruža preporuke za ubrzanje postupaka, unaprijeđenje suradnje među sudionicima i jačanje zakonodavnog okvira.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	--	------	---	--	---	---------------	--------------	------------	--

393	Restrukturiranje u poslovnim poteškoćama	novi	Uloga stečajnog upravitelja u učinkovitoj provedbi stečajnog postupka	The role of the bankruptcy trustee in the effective conduct of bankruptcy proceedings	Cilj istraživanja je analizirati ulogu stečajnog upravitelja, identificirati ključne izazove u praksi i predložiti preporuke za povećanje učinkovitosti postupka. Student koristi kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih metoda istraživanja. Proučava zakonski okvir i sudsku praksu vezanu uz stečajne postupke te analizira postojeća istraživanja o ulozi stečajnog upravitelja. Student raspravlja o ključnim odgovornostima stečajnog upravitelja uključujući procjenu i upravljanje imovinom, komunikaciju s vjerovnicima te predlaganje plana restrukturiranja ili raspodjele imovine. Proučava izazove poput sukoba interesa, dugotrajnosti postupaka i administrativnih prepreka. Također, student istražuje utjecaj profesionalne obuke i zakonodavnih promjena na kvalitetu rada stečajnih upravitelja. Na kraju, student zaključuje važnost jačanja stručnosti stečajnih upravitelja, poboljšanja komunikacije među sudionicima postupka i unaprjeđenja zakonodavnog okvira.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	--	------	---	---	--	---------------	--------------	------------	--

394	Revizija	novi	Uloga revizora u EU projektima	The role of auditors in EU projects	Cilj rada je istražiti specifične zadatke, odgovornosti i izazove s kojima se susreću revizori prilikom revizije EU projekata. Poseban fokus treba staviti na njihovu ulogu u provjeri usklađenosti s europskim zakonodavstvom, pravilima i smjernicama, ocjeni učinkovitosti provedbe projekata te identifikaciji nepravilnosti ili zloupotrebe sredstava. U radu je potrebno detaljno obraditi različite vrste revizija koje se provode u EU projektima uključujući financijsku, operativnu i reviziju usklađenosti te metodologije koje revizori koriste. Također, nužno je analizirati regulatorni okvir, smjernice i standardi (uključujući ISO norme) koje Europska unija propisuje za reviziju projekata. Kroz konkretne primjere iz prakse, rad treba prikazati kako revizija pridonosi uspjehu EU projekata, smanjenju rizika i unapređenju sustava kontrole. Time će se dodatno naglasiti važnost revizora kao čuvara transparentnog i učinkovitog upravljanja europskim sredstvima.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	----------	------	--------------------------------	-------------------------------------	---	---------------	--------------	------------	---

395	Revizija	novi	Uloga revizora u ocjeni ESG izvještaja: Transparentnost i izazovi	The role of auditors in the assessment of ESG reports: Transparency and challenges	Na odabranu temu student istražuje način na koji revizori provode ocjenu ESG izvještaja te koje metode koriste za provjeru podataka vezanih uz okolišne, društvene i upravljačke aspekte. Student analizira ulogu revizora u osiguravanju točnosti i transparentnosti ESG podataka te istražuje kako revizija utječe na povjerenje investitora i dionika. Također, student proučava regulatorni okvir i smjernice koje upravljaju ESG izvještavanjem kao i izazove s kojima se revizori susreću u praksi. Dodatno, student analizira utjecaj revizije ESG izvještaja na financijske izvještaje i dugoročne poslovne strategije poduzeća. Istovremeno, rad istražuje trenutnu praksu revizije ESG izvještaja s posebnim naglaskom na izazove i buduće trendove u ovom području. Ova tema pruža uvid u ključne aspekte revizije ESG-a te naglašava njezinu važnost u suvremenom poslovanju i održivom razvoju.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	----------	------	--	--	--	---------------	--------------	------------	---

396	Revizija	novi	Uloga forenzične revizije u otkrivanju i prevenciji financijskih prijevара	The role of forensic auditing in the detection and prevention of financial fraud	Student istražuje ključne aspekte forenzičke revizije s naglaskom na njezinu ulogu u otkrivanju i sprječavanju financijskih prevara. U prvom dijelu rada potrebno je definirati pojam forenzičke revizije, istaknuti njezin značaj i specifičnosti koje je razlikuju od tradicionalne revizije. Nadalje, student analizira najčešće vrste financijskih prevara i metode koje se koriste za njihovo otkrivanje te istražuje konkretne tehnike i alate kojima se forenzički revizori služe u praksi. Poseban naglasak stavlja se na preventivnu ulogu forenzičke revizije kroz jačanje sustava unutarnjih kontrola. Student također istražuje relevantne primjere iz prakse kako bi prikazao stvarne situacije u kojima je forenzička revizija pridonijela rješavanju složenih financijskih slučajeva. Kroz analizu tih primjera student ima zadatak prikazati praktične implikacije forenzičke revizije te identificirati njezine prednosti u kontekstu suvremenog poslovanja. Rad završava zaključcima o važnosti implementacije forenzičke revizije u organizacijama, s naglaskom na preporuke za unaprjeđenje postojećih praksi i sustava unutarnjih kontrola kako bi se dodatno smanjio rizik od financijskih prevara.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
-----	----------	------	--	--	---	---------------	--------------	------------	---

397	Revizija	novi	Umjetna inteligencije u reviziji: Prilika za revoluciju ili latentna prijetnja?	Artificial intelligence in auditing: an opportunity for revolution or a latent threat?	Student koristi kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih metoda. Kvalitativni dio uključuje analizu stručne literature, zakonodavnog okvira i aktualnih primjera implementacije umjetne inteligencije u reviziji. Kvantitativni dio temelji se na analizi podataka iz industrijskih izvještaja i istraživanjima o učinkovitosti primjene UI alata u revizorskim praksama. Student analizira upotrebu alata primjerice machine learninga i algoritama za procjenu rizika te njihovu ulogu u donošenju revizorskih odluka. U raspravi, student istražuje kako UI transformira tradicionalne revizorske postupke omogućavajući revizorima da se fokusiraju na složenije analize umjesto na rutinske zadatke. Analiziraju se prednosti poput povećane učinkovitosti i smanjenja vremena potrebnog za reviziju, kao i rizici uključujući potencijalnu dehumanizaciju procesa i ovisnost o tehnologiji. Na temelju istraživanja, student donosi zaključke o tome kako UI može unaprijediti reviziju, ali istovremeno upozorava na nužnost održavanja ravnoteže između tehnoloških inovacija i ljudske intervencije.	prof. dr. sc.	Mijoč	Ivo	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica
398	Sourcing i usluge kupcima	Novi	E-nabava i alati za e-nabavu	E-procurement and e-procurement tools	Kroz rad je potrebno opisati funkcioniranje nabavnog poslovanja u modernom okruženju te kroz primjere opisati e-nabavu i alate koji se koriste. U teorijskom dijelu rada student treba prikazati teorijske postavke vezane za nove e-alata u nabavno poslovanju, a u empirijskom dijelu rada na	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franjković, zamjenska članica

					praktičnim primjerima istražiti njihovu primjenu.				
399	Sourcing i usluge kupcima	Novi	Globalni lanci nabave i utjecaj na sourcing	Global supply chains and influence on sourcing	Diplomski rad treba istražiti globalne opskrbe lance i utjecaj na poslovanje tvrtki kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. U empirijskom dijelu rada student treba promotriti utjecaj trenutnih događanja u svijetu na opskrbi lanac tvrtke po izboru	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
400	Sourcing i usluge kupcima	Novi	Politika nabave i strategije izvora opskrbe	Procurement policies and procurement sources strategies	Diplomski rad treba opisati što je politika nabave te određivanje strategije izbora opskrbe poduzeća i kroz primjer ukazati na važnost njihova pravila odabira. U teorijskom dijelu rada student treba ukazati na teorijske postavke postavljanja politike nabave i određivanja strategija izvora nabave. U empirijskom dijelu, student treba na praktičnom primjeru (ili istraživanju) analizirati način kreiranja politika nabave i odabira strategija izvora nabave koji mogu najbolje pridonijeti poslovanju tvrtke.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Davor Dujak, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. doc. dr. sc. Jelena Franković, zamjenska članica
401	Strategije rasta MSP	novi	Poduzetničko okruženje Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	Entrepreneurial environment of Croatia in international perspective	Cilj rada je opisati poduzetničko okruženje, komponente poduzetničkog okruženja i njihov značaj za razvoj poduzetništva. Na temelju GEM istraživanja, ali i drugih relevantnih međunarodnih istraživanja (WEF npr.) prikazati razlike između poduzetničkih okruženja Hrvatske i odabrane zemlje.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

402	Strategije rasta MSP	novi	Organski rast poduzeća - prednosti i nedostaci	Organic growth of the company - advantages and disadvantages	Cilj rada je opisati organski rast poduzeća, moguće načine/strategije organskog rasta, te prednosti i nedostaci ovih strategija rasta, s posebnim naglaskom na mala i srednja poduzeća. U empirijskom dijelu rada, student će na konkretnim primjerima poduzeća prikazati i objasniti organski rast.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
403	Strategije rasta MSP	novi	Internacionalizacija kao strategija rasta poduzeća - prednosti i nedostaci	Internationalization as a company's growth strategy - advantages and disadvantages	Cilj rada je objasniti internacionalizaciju, kao strategiju rasta malih i srednjih poduzeća. Student će prikazati teorijski okvir povezan s internacionalizacijom MSP, Objasniti na koji se način poduzeće treba pripremiti za internacionalizaciju (CAGE okvir npr.), te na konkretnom primjeru poduzeća opisati proces internacionalizacije te njegove prednosti i nedostatke.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
404	Strategije rasta MSP	novi	Uloga inovativnosti za rast malih i srednjih poduzeća	The role of innovation for the growth of small and medium-sized enterprises	U teorijskom dijelu rada student će objasniti što je inovativnost i koja je uloga inovativnosti za stvaranje i održavanje konkurentnosti, te za rast i razvoj malih i srednjih poduzeća. U empirijskom dijelu rada, student će kroz analizu odabranih poduzeća prikazati kako poduzeća pristupaju inoviranju, kako to utječe na poslovanje odabranih poduzeća odnosno je li se inovativnost pokazala kao ključan faktor u procesu rasta.	doc. dr. sc.	Koprivnjak Popović	Tihana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
405	Strategije rasta MSP	Novi	Značaj poduzetničkog okruženja za rast poduzeća	The importance of entrepreneurial environment for business growth	Teoretski obraditi poduzetničko okruženje, opisati komponente poduzetničkog okruženja, njihovu ulogu za rast poduzeća te napraviti usporedbu poduzetničkih okruženja odabranih država (obrazložiti kriterije za odabir države za usporedbu), na temelju podataka GEM istraživanja.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra

									Mezulić Juric, zamjenska članica
406	Strategije rasta MSP	Novi	Procjena potencijala rasta poduzeća	Evaluating the potential of business growth	Cilj rada je opisati značaj rastućih poduzeća za razvoj društva, te pokazati na koji način poduzeće može procijeniti svoj potencijal rasta, primarno se fokusirajući na Gibbov model rasta. Na odabranom primjeru poduzeća student/ica treba primijeniti ovaj model za analizu potencijala rasta poduzeća.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
407	Strategije rasta MSP	Novi	Važnost poznavanja trenutne performance poduzeće za procjenu potencijala rasta	The importance of knowing the company's current performance to assess growth potential	Student/ica treba opisati model za procjenu potencijala rasta poduzeća, te istaknuti važnost poznavanja detaljne trenutne performance poslovanja na tržištu, proizvodnji (poslovnim procesima) i financijama. Na primjeru konkretnog malog poduzeća napraviti analizu trenutne performance i pokazati na koji način ona utječe na potencijal za rast odabranog poduzeća.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
408	Strategije rasta MSP	Novi	Strateška svjesnost kao temelj za rast poduzeća	Strategic awareness as a foundation for company growth	Student/ica treba objasniti pojam strateške svjesnosti i osnovnih elemenata koji ju čine. Na primjeru konkretnog malog poduzeća opisati stratešku poziciju poduzeća i zaključiti je li poduzeće strateški svjesno i na koji način njegova strateška pozicija utječe na njegov potencijal za rast.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica

409	Strategije rasta MSP	Novi	Izazovi rasta malih i srednjih poduzeća	Challenges of growth of small and medium sized enterprises	Student/ica treba pokazati koji su izazovi za rast malih i srednjih poduzeća, koja su upozorenja prebrzog rasta te kako se mala i srednja poduzeća mogu nositi s tim izazovima i u tim situacijama. Pronaći primjere malih i srednjih poduzeća, koja su imala navedene izazove, te opisati na koji su se način borili s njima.	prof. dr. sc.	Oberman Peterka	Sunčica	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric, zamjenska članica
410	Strategije ulaska na inozemno tržište	Stari	Ugovorna proizvodnja kao način ulaska na inozemno tržište	Contract production as a way of entering the foreign market	Cilj rada je istražiti model ugovorne proizvodnje kao načina ulaska na inozemno tržište te na temelju iskustva poslovnih subjekata predložiti smjernice za učinkovitim upravljanjem ovog modela. Teorijski dio rada obuhvatit će ugovornu proizvodnju, njene karakteristike, prednosti i rizike, te njenu primjenu u različitim industrijama. Empirijski dio rada ispitat će iskustva poslovnih subjekata s ugovornom proizvodnjom, te analizirati stvarne primjene o korištenju ovog modela pri internacionalizaciji poslovanja.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Marija Ham, predsjednica 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, zamjenska članica
411	Strategije ulaska na inozemno tržište	Stari	Licenca kao način ulaska na inozemno tržište na primjeru x	License as a way of entering the foreign market on the example of x	Cilj rada je istražiti model licence kao načina ulaska na inozemno tržište te na temelju iskustva poslovnih subjekata predložiti smjernice za učinkovitim upravljanjem ovog modela. Teorijski dio rada obuhvatit će licencu, njene karakteristike, prednosti i rizike, te njenu primjenu u različitim industrijama. Empirijski dio rada ispitat će iskustva poslovnih subjekata s licencom, te analizirati stvarne primjene o korištenju ovog modela pri internacionalizaciji poslovanja.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Marija Ham, predsjednica 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, zamjenska članica

412	Strategije ulaska na inozemno tržište	Stari	Zajednička ulaganja kao način ulaska na inozemno tržište na primjeru x	Joint ventures on the example x	Cilj rada je istražiti model zajedničkog ulaganja kao načina ulaska na inozemno tržište te na temelju iskustva poslovnih subjekata predložiti smjernice za učinkovitim upravljanjem ovog modela. Teorijski dio rada obuhvatit će zajedničko ulaganje, njene karakteristike, prednosti i rizike, te njenu primjenu u različitim industrijama. Empirijski dio rada ispitat će iskustva poslovnih subjekata sa zajedničkim ulaganjem, te analizirati stvarne primjene o korištenju ovog modela pri internacionalizaciji poslovanja.	prof. dr. sc.	Štimac	Helena	1. prof. dr. sc. Marija Ham, predsjednica 2. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 3. prof. dr. sc. Mirna Leko Šimić, članica 4. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, zamjenska članica
413	Strateški menadžment	Novi	Strateška analiza kao preduvjet oblikovanja strateških alternativa	Strategic Analysis as a Prerequisite for Shaping Strategic Alternatives	Cilj je ovog rada ocijeniti značaj i svrhu strateške analize u kontekstu strateškog menadžmenta. U teorijskom dijelu student će pojmovno razgraničiti različite tipove strateških analiza, identificirati metode prikupljanja podataka i tehnike ili modele koji se koriste, te ukazati na uobičajene prepreke i izazove povezane s provedbom strateške analize. U empirijskom dijelu rada potrebno je primijeniti jednu od opisanih metoda na analizu poslovnog slučaja. Rezultati trebaju ukazati na moguće strateške pravce razvoja analiziranog poslovnog slučaja, te istaknuti implikacije provedene analize na stvaranje održive konkurentske prednosti organizacije.	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica

414	Strateški menadžment	Novi	Ključni čimbenici implementacije strateškog plana	Key Factors in the Implementation of a Strategic Plan	Cilj je ovog rada identificirati ključne poticajne ili ograničavajuće čimbenike provedbe strateških planova poduzeća. U teorijskom dijelu rada student će objasniti razlike između tradicionalnog pristupa provedbi strateškog plana u odnosu na pristup plavih oceana, te sistematizirati relevantna saznanja o tome zašto je implementacija najzahtjevnija faza strateškog menadžmenta, te koje su temeljne odrednice uspješne provedbe strateških planova. U empirijskom dijelu rada student će ocijeniti čimbenike koji djeluju poticajno ili ograničavajuće na učinkovitost provedbe strateških planova u organizaciji koristeći analizu slučaja ili istražiti percepciju poticajnih i ograničavajućih čimbenika anketiranjem prigodnog uzorka zaposlenika/menadžera.	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica
415	Strateški menadžment	Novi	Strateško planiranje u funkciji unapređenja konkurentnosti organizacija	Strategic Planning in the Function of Improving Organizational Competitiveness	Cilj rada je ocijeniti stavove vezane uz važnost i zastupljenost strateškog planiranja. Postavlja se pitanja kako proces strateškog planiranja pridonosi pronalaženju izvora konkurentske prednosti organizacija. Potrebno je objasniti temeljne odrednice procesa strateškog planiranja, te pregledno sintetizirati rezultate relevantnih znanstvenih istraživanja o važnosti i zastupljenosti pojedinih faza u procesu strateškog planiranja. U empirijskom dijelu rada potrebno je na prigodnom uzorku zaposlenika jednog ili više poduzeća istražiti percepciju zastupljenosti i važnosti pojedinih faza strateškog menadžmenta. Na temelju	prof. dr. sc.	Pfeifer	Sanja	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Sanja Pfeifer, članica 3. izv. prof. dr.sc. Marina Stanić, članica 4. doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, zamjenska članica

					rezultata potrebno je ocijeniti jaz između percepcije zastupljenosti i važnosti pojedinih faza te oblikovati prijedloge u pravcu učinkovitijeg strateškog planiranja i ukazati na implikacije ovih rezultata na poslovnu praksu.				
416	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Prepreke i prilike za razvoj imigrantskog poduzetništva u Hrvatskoj	Barriers and opportunities for development of immigrant entrepreneurship in Croatia	Cilj rada je analizirati izazove i prilike za razvoj imigrantskog poduzetništva u Hrvatskoj. Osim pregleda recentne inozemne i domaće literature na ovu temu, rad uključuje i empirijsko istraživanje među imigrantskim poduzetnicima kroz primjenu kvalitativne metode.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
417	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Mentorstvo kao oblik društvenog angažmana umirovljenih poduzetnika	Mentorship as a form of social engagement of retired entrepreneurs	Cilj rada je istražiti različite oblike angažmana umirovljenih poduzetnika uključujući djelovanje u ulozi mentora radi pružanja podrške poduzetnicima suočenim s izazovima u poslovanju. U empirijskom dijelu rada predviđena je provedba istraživanja (kvalitativnog ili kvantitativnog) među umirovljenim poduzetnicima na području Osječko-baranjske županije na temu interesa za uključivanje u mentorski program.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

418	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Poduzetnička aktivnost žena imigrantica	Entrepreneurial activity of female immigrants	Cilj rada je istražiti izazove s kojima se suočavaju imigrantski poduzetnici u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na istraživanje specifičnih izazova s kojima se suočavaju imigrantske poduzetnice. Istraživanje uključuje primjenu kvalitativne metode.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Julia Perić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
419	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Karakteristike poduzetnika generacije Z	Characteristics of Generation Z Entrepreneur	Ovaj diplomski rad istražuje poduzetničke pristupe Generacije Z, analizirajući njihove poslovne modele, ulogu digitalne tehnologije i fokus na održivost. Rad nastoji odgovoriti na istraživačko pitanje: Koje su ključne razlike u poduzetničkim pristupima između Generacije Z i starijih generacija, te kako te razlike utječu na potrebu za prilagodbom politika podrške poduzetništvu mladih? Teorijski dio analizira koncept poduzetništva i karakteristike različitih generacija, dok empirijski dio, temeljen na dubinskim intervjuima, istražuje generacijske razlike u procesu generiranja ideja, pokretanja i razvoja poslovnih pothvata.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
420	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Društveni i ekonomski učinci poticanja razvoja poduzetništva žena	The Socioeconomic Impact of Fostering Women's Entrepreneurship	Ovaj diplomski rad analizira društvene i ekonomske učinke poticanja poduzetništva žena. Teorijski dio analizira koncept ženskog poduzetništva, njegov potencijal, te barijere i izazove s kojima se žene poduzetnice suočavaju. U empirijskom dijelu rada student će kroz fokus grupe s poduzetnicama i poduzetnicima, ispitati učinkovitost programa podrške i percepciju uloge žena poduzetnica u društvenom i gospodarskom razvoju.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

421	Suvremeni trendovi u poduzetništvu	Novi	Odgovorno poduzetništvo	Responsible entrepreneurship	Ovaj diplomski rad istražuje odgovorno poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima (MSP). Teorijski dio definira društvenu odgovornost, analizirajući etičke okvire poslovanja, UN-ove ciljeve održivog razvoja i utjecaj korupcije i neodgovornog poslovanja na ekonomski i društveni razvoj. Empirijski dio kroz analizu dostupnih podataka i dubinski intervju s vlasnikom MSP-a, koji predstavlja primjer odgovornog poslovanja, istražuje strategije za transparentnost i održivost poslovanja te povezanost MSP-a s konkretnim SDG-ima.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
422	Teorija i menadžment portfelja	stari	Primjena Markowitzevog modela u optimizaciji dioničkog portfelja	Application of the Markowitz model in stock portfolio optimization	Cilj ovog rada je identificirati prednosti i nedostatke Markowitzevog modela iz perspektive investitora te procijeniti njegovu učinkovitost u postizanju optimalne ravnoteže između rizika i prinosa. Istraživačka pitanja koja se pritom mogu postaviti su sljedeća: Kako se Markowitzev model može primijeniti na portfelj odabranih dionica sa Zagrebačke burze? te Koje su praktične prepreke i ograničenja u primjeni Markowitzevog modela u stvarnim tržišnim uvjetima? U ovome radu je stoga potrebno opisati teorijske osnove ovog modela, argumentirati njegove prednosti i nedostatke te u empirijskom dijelu rada na primjeru portfelja pet odabranih dionica sa Zagrebačke burze objasniti način optimizacije portfelja primjenom Markowitzevog modela.	izv. prof. dr. sc.	Bestvina Bukvić	Ivana	1. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, predsjednica 2. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, član 3. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, članica 4. prof. dr. sc. Ivan Kristek, zamjenski član

423	Teorija i politika razvoja poduzetništva	Stari	Starenje stanovništva kao demografski izazov i poduzetnička prilika	Aging population: demographic challenge and entrepreneurial opportunity	Cilj ovog diplomskog rada je teorijski raspraviti o ekonomiji treće životne dobi i istražiti kako starenje stanovništva može biti iskorišteno kao izvor ekonomske prilike, s naglaskom na stvaranje novih proizvoda, usluga i poslova. Rad će se fokusirati na primjere dobre prakse u EU i svijetu, gdje se starenje stanovništva promatra kao ekonomski potencijal. Metodologija rada temelji se na analizi relevantne znanstvene literature i pregledima postojećih istraživanja te primjerima iz prakse koji ilustriraju kako starenje može potaknuti poduzetničke prilike.	prof. dr. sc.	Barković Bojanić	Ivana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Nataša Drvenkar, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
424	Teorija i politika razvoja poduzetništva	Stari	Poduzetništvo iz teorijske perspektive	Entrepreneurship from the theoretical perspective	Cilj ovog diplomskog rada je istražiti poduzetništvo kao fenomen kroz ekonomske, psihološke i sociološke perspektive, te analizirati kako se različiti teorijski pristupi povezuju u razumijevanju poduzetničkih procesa. Rad će se fokusirati na izabrane oblike poduzetništva, kao što su poduzetništvo mladih, socijalno poduzetništvo i poduzetništvo manjina, s naglaskom na njihove specifične karakteristike i teorijske koncepte. Metodologija rada temelji se na analizi relevantne znanstvene literature iz ekonomije, psihologije i sociologije, uz prikaz primjera iz prakse koji ilustriraju primjenu tih koncepata u stvarnom poslovnom okruženju.	prof. dr. sc.	Barković Bojanić	Ivana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Nataša Drvenkar, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član

425	Teorija i politika razvoja poduzetništva	Stari	Uloga institucija u razvoju poduzetništva	The role of Institutions in the entrepreneurship development	Ovaj diplomski rad ima za cilj istražiti poduzetništvo kao fenomen kroz multidisciplinarni pristup, spajajući ekonomske, biheviorističke i sociološke elemente. Istražit će se različiti koncepti poduzetništva iz perspektive ekonomije, psihologije i sociologije, uz analizu teorijskih okvira koji objašnjavaju poduzetničke procese. Rad također uključuje analizu odabranih oblika poduzetništva, poput poduzetništva mladih, socijalnog poduzetništva i poduzetništva manjina, te prepoznavanje njihovih specifičnih značajki. Metodologija rada temelji se na analizi relevantne znanstvene literature iz navedenih disciplina, uz komparativnu analizu teorijskih koncepata i primjera iz prakse koji ilustriraju primjenu tih pristupa u različitim oblicima poduzetništva.	prof. dr. sc.	Barković Bojanić	Ivana	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Nataša Drvenkar, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenski član
426	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	Novi	Percepcija studenata o različitim modalitetima započinjanja poduzetničke aktivnosti	Students' perception on different modes of entrepreneurial entry	Cilj rada je istražiti stavove studenata o prilikama i izazovima kod započinjanja poduzetničke aktivnosti uz primjenu različitih modela ulaska u poduzetništvo. Osim pregleda recentne literature na temu različitih modela započinjanja poduzetničke aktivnosti, rad uključuje i empirijsko istraživanje provedeno među studentima.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
427	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	Novi	Psihološki izazovi umirovljenih poduzetnika	Psychological challenges of retired entrepreneurs	Cilj rada je istražiti izazove s kojima se suočavaju poduzetnici nakon umirovljenja i napuštanja poduzetničke aktivnosti. Osim pregleda literature na temu izazova umirovljenja, u empirijskom dijelu rada provest će se kvalitativno istraživanje među umirovljenim poduzetnicima u cilju	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica

					identifikacije specifičnih izazova vezanih uz umirovljenje.				
428	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	Novi	Izazovi prijenosa poslovanja iz perspektive vlasnika malih poduzeća	Business transfer challenges from perspective of small business owners	Cilj rada je istražiti izazove s kojima se suočavaju vlasnici malih poduzeća prilikom donošenja odluke o budućnosti poduzeća nakon njihovog umirovljenja. Osim pregleda recentne literature na temu izlaska iz poduzetničkog pothvata, rad uključuje i empirijsko istraživanje u kojem će biti analizirane informacije prikupljene kroz provedbu intervjua s poduzetnicima pred umirovljenjem.	prof. dr. sc.	Alpeza	Mirela	1. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica 2. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 3. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 4. prof. dr. sc. Julia Perić, zamjenska članica
429	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	novi	Akvizijski rast malih i srednjih poduzeća	Acquisitive growth of small and medium enterprises	U diplomskom radu potrebno je dati prikaz i usporedbu različitih načina na koje mala i srednja poduzeća mogu ostvariti rast. Poseban naglasak teorijskog dijela rada treba biti na rastu malih i srednjih poduzeća koristeći akviziciju kao jedan od načina rasta. U empirijskom dijelu rada, na temelju provedenog kvalitativnog istraživanja i primjene metode slučaja, potrebno je opisati proces donošenja odluke o akviziciji, kao i proces akvizicije te njene efekte na rast MSP-a. U empirijskom dijelu rada moguće je prikazati jedan ili više slučajeva akvizicijskog rasta malih i srednjih poduzeća.	doc. dr. sc.	Mezulić Juric	Petra	1. prof. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica

430	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	novi	Specifičnosti transakcijskog procesa kod kupoprodaje malih i srednjih poduzeća	Specificities of the transaction process in the sale of small and medium-sized enterprises	U diplomskom radu potrebno je koristeći literaturu i prethodna istraživanja opisati strukturirani transakcijski proces te njegove temeljne komponente. U empirijskom dijelu rada na temelju provedenog kvalitativnog istraživanja na jednom poduzeću (studija slučaja) ili na više poduzeća (usporedna kvalitativna analiza) istražiti specifičnosti transakcijskog procesa iz perspektive kupca poduzeća, te istražiti specifičnosti posebno u odnosu na velika.	doc. dr. sc.	Mezulić Juric	Petra	1. prof. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
431	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	novi	Modeli ulaska u poduzetnički pothvat	Entrepreneur's mode of entry	U diplomskom radu potrebno je dati prikaz i usporedbu različitih modela ulaska u poduzetnički pothvat: startup, nasljeđivanje obiteljskog poduzeća, kupovina franšize i kupovina uhodanog poduzeća. U empirijskom dijelu rada, na temelju provedenog kvalitativnog istraživanja i primjene metode slučaja, potrebno je opisati proces donošenja odluke i faktore koji utječu na odabir modela ulaska u poduzetnički pothvata, iz perspektive poduzetnika.	doc. dr. sc.	Mezulić Juric	Petra	1. prof. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica
432	Transfer poslovanja u malim i srednjim poduzećima	novi	Virtualna tržišta za kupoprodaju malih i srednjih poduzeća: komparativna analiza	Virtual on-line platforms for buying and selling small and medium-sized enterprises: a comparative analysis	U diplomskom radu student obrađuje temu virtualnih platformi za kupoprodaju malih i srednjih poduzeća. U teorijskom dijelu rada student će teorijski obraditi komponente ekosustava za prijenos poslovanja s posebnim fokusom na online platforme za prijenos poslovanja. U empirijskom dijelu rada student može koristeći sekundarne izvore kao i primarne izvore (intervju s zaposlenicima ili vlasnicima platforme) prikupiti podatke i analizirati ključne razlike u poslovanju pojedine online	doc. dr. sc.	Mezulić Juric	Petra	1. prof. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović, predsjednica 2. doc. dr. sc. Petra Mezulić Juric, članica 3. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, članica 4. prof.dr.sc. Julia Perić, zamjenska članica

					platforme, te donijeti zaključke o važnosti platforme za razvoj ekosustava za prijenos poslovanja.				
433	Transport i skladištenje	stari i novi	Izazovi robotizacije skladišta	Warehouse robotization challenges	Studenti istražuju mogućnosti, prednosti i ograničenja robotizacije u skladištu. Također, ukazuju na prepreke koje su razlog donedavnom sporom razvoju, ali i razloge značajnog ubrzanja primjene robota u skladištima u posljednjih nekoliko godina. Rad prvenstveno sadrži praktični dio koji će provesti analizu primjera primjene robota u skladištima u tvrtkama s naglaskom na kvantitativnu analizu učinkovitosti pojedinih procesa. Teorijski dio će obuhvatiti razvoj robotizacije u skladišnom poslovanju.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
434	Transport i skladištenje	stari i novi	Održivost u opskrbnom lancu	Sustainability in supply chain	Tema otvara određene aspekte zelenog ili održivog upravljanja opskrbnim lancima. Poseban naglasak se stavlja na zelenu logistiku i njezine podsustave. U teoretskom dijelu rada student istražuje moguće oblike i načine provedbe održivog upravljanja opskrbnim lancem, dok u praktičnom analizira primjere iz okoline ili pak više globalnih primjera. Cilj je ukazati na pozivine aspekte primjene u praksi te pronaći moguća područja unapređenje i načine provedbe istih.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

435	Transport i skladištenje	stari i novi	Izazovi implementacije lean logistike u poslovnoj praksi.	Challenges of lean logistics implementation in business practice	Sveobuhvatnost <i>lean</i> koncepcije proizlazi iz njezinih prvih primjena u poslovanju upravo proizvodnih kompanija iz kojih se naknadno proširila u aktivnosti gotovo svih industrijskih, trgovinskih i uslužnih gospodarskih subjekata. Tema pokriva najrazvijenija područja <i>leana</i> , odnosno njegovu primjenu u proizvodnji, transportu (unutarnjem i vanjskom) i skladištenju s konkretnim primjerima hrvatskih ili stranih tvrtki. Naglasak je na postupku implementacije <i>leana</i> i rezultatima koje je ostvarila ili postoji potencijal da ista ostvari - cilje je prikazati (kvantitativno i kvalitativno) potencijalna unapređenja koja se mogu ostvariti implementacijom lean pristupa u logističke procese.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
436	Transport i skladištenje	stari i novi	Metode optimizacije transportnog poslovanja	Methods of optimizing transport operations	Tema se bavi istraživačkim pitanjima poput: koji su načini optimizacije transportnih procesa u suvremenom transportu? Kako je moguće smanjiti trošak dijeljenjem transporta? Koje su najupotrebljivnije metode optimizacije u suvremenom transportnom poslovanju? Ciljevi rada mogu biti: istražiti metode optimizacije transporta (algoritmi, modeli i strategije), analizirati prednosti i slabosti trenutnih sustava transporta, te predložiti konkretna rješenja za bolji i održiviji transport. Uz teorijski dio rada, naglasak je na praktičnom dijelu koji se treba sastojati od kvantitativne i kvalitativne analize određenog slučaja iz prakse (ili više njih).	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

437	Transport i skladištenje	stari i novi	Utjecaj zaraznih bolesti na opskrbe lance prehrambenih proizvoda	The impact of infectious diseases on food supply chains	Ciljevi rada mogu biti sljedeći: Analizirati izazove u transportu i skladištenju prehrambenih proizvoda, ali i u ukupni opskrbnim lancima prehrambenih proizvoda tijekom pandemija ili epidemija, istražiti prilagodbe u logističkim procesima koje osiguravaju kontinuitet opskrbe, te Predložiti rješenja za povećanje otpornosti opskrbnih lanaca na slične krizne situacije u budućnosti. Teorijski dio rada treba dati pregled literature o logistici u kriznim uvjetima, utjecaju pandemija na globalne opskrbe lance i specifičnim izazovima za prehrambene proizvode. A praktični dio se treba fokusirati na analizu stvarnih primjera iz prehrambene industrije tijekom pandemije (npr. COVID-19) ili simulacija scenarija za optimizaciju. rad se temlji prvenstveno na krištenju podataka iz sekundarnih izvora (studije slučaja, izvješća tvrtki i međunarodnih organizacija).	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
438	Transport i skladištenje	stari i novi	Troškovna analiza transportnog procesa	Cost analysis of the transport process	U okviru teme troškovna analiza transportnog procesa student ili studentica analizira troškovnu stranu transportnog procesa kroz ukazivanje na postojanje, vrstu, značaj, kretanje i trendove pojedinih transportnih i povezanih troškova. Posebno valja ukazivati na elemente tehnološkog unapređenja i pandemijskih ograničenja koja djeluju na transportne troškove. Poželjno je analizu provoditi na primjeru ili primjerima iz okruženja. Praktični dio rada treba biti pretežito kvantitativne prirode.	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

439	Transport i skladištenje	stari i novi	Utjecaj crossdocking skladišta na učinkovitost opskrbnog lanca	The impact of cross-docking warehouses on supply chain efficiency	Ciljevi rada su analizirati prednosti i nedostatke crossdocking strategije, evaluirati utjecaj na učinkovitost opskrbnog lanca kroz konkretne pokazatelje, poput smanjenja vremena skladištenja, optimizacije transporta i smanjenja zaliha, te predložiti preporuke za implementaciju crossdocking skladišta u različitim industrijama. Teorijski dio rada će se sastojati od pregleda literature o crossdocking skladištima i njihovoj ulozi u opskrbnim lancima, dok će praktični dio biti usmjeren na analizu stvarnih slučajeva implementacije crossdockinga u industrijama poput maloprodaje, e-trgovine i FMCG sektora	prof. dr. sc.	Dujak	Davor	1. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. prof. dr. sc. Davor Dujak, član 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
440	Upravljačke vještine	Stari	Planiranje i provođenje organizacijskih promjena	Planning and implementing organizational change	U okviru ove teme student će u teorijskom dijelu rada analizirati ključne modele i teorije upravljanja promjenama u različitim organizacijskim kontekstima. Empirijski dio, temeljen na anketi među zaposlenicima i intervjuu s menadžerom odabranog poduzeća, ispituje učinkovitost metoda planiranja i provedbe promjena, analizirajući faktore uspjeha i neuspjeha te dajući preporuke za učinkovito upravljanje promjenama.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof.dr.sc. Ljerka Sedlan Kónig, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, zamjenska članica

441	Upravljanje digitalnim inovacijama	Novi	Utjecaj alata umjetne inteligencije na personalizaciju sadržaja za društvene mreže	The Impact of Artificial Intelligence Tools on Content Personalization for Social Media	Cilj rada je istražiti kako alati umjetne inteligencije omogućuju personalizaciju sadržaja za društvene mreže, koristeći analizu podataka i prediktivne modele za bolje razumijevanje korisnika. Fokus je na primjerima aplikacija koje prilagođavaju sadržaj interesima ciljane publike, kao što su algoritmi preporuka. Rad analizira prednosti, poput povećanja angažmana i zadovoljstva korisnika, te izazove, uključujući pitanja privatnosti i etičnosti u obradi podataka. Rad može uključivati istraživanje korisničke perspektive ili perspektivu poslovnog subjekta.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
442	Upravljanje digitalnim inovacijama	Novi	Etičke implikacije primjene umjetne inteligencije	Ethical Implications of Artificial Intelligence Adoption	Cilj rada je istražiti etičke izazove povezane s primjenom umjetne inteligencije, uključujući pitanja privatnosti, pristranosti algoritama i odgovornosti za odluke donesene tehnologijama generativne umjetne inteligencije. Rad analizira stvarne primjere koji ilustriraju potencijalne probleme i predlaže smjernice za etičku primjenu novih tehnologija u različitim industrijama. Poseban naglasak stavlja se na balans između inovacija i očuvanja ljudskih prava u digitalnom okruženju.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član

443	Upravljanje digitalnim inovacijama	Novi	Uloga umjetne inteligencije u optimizaciji digitalnih marketinških kampanja	The Role of Artificial Intelligence in Optimizing Digital Marketing Campaigns	Cilj rada je istražiti kako umjetna inteligencija doprinosi optimizaciji digitalnih marketinških kampanja, omogućujući bolje ciljanje publike, prilagodbu sadržaja i povećanje povrata ulaganja. Analiziraju se tehnologije poput prediktivne analitike, automatizacije oblikovanja oglašivačkih poruka i personalizacije korisničkog iskustva. Fokus je na primjerima uspješnih implementacija umjetne inteligencije te izazovima, uključujući integraciju umjetne inteligencije u postojeće marketinške strategije i upravljanje podacima.	prof. dr. sc.	Biloš	Antun	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 3. prof. dr. sc. Marija Ham, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, zamjenski član
444	Upravljanje ICT projektima	Novi	Usporedba agilnih i tradicionalnih metodologija upravljanja ICT projektima	Comparison of Agile and Traditional ICT Project Management Methodologies	Istraživačka pitanja: Koje su ključne razlike između agilnih i tradicionalnih metodologija? U kojim situacijama su agilne metode učinkovitije, a kada su tradicionalne metodologije prikladnije? Metodološki pristup: teorijska usporedba metodologija i empirijska analiza kroz pregled projekata vođenih obiju metodologijama. Cilj rada: napraviti komparativnu analizu agilnih i tradicionalnih metodologija u području ICT-a U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti teorijske koncepte vezane uz agilne i tradicionalne metodologije upravljanja projektima, a u empirijskom dijelu provesti komparativnu analizu agilnih i tradicionalnih metodologija, na temelju analize znanstvene i stručne literature.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica

445	Upravljanje ICT projektima	Novi	Razvoj projektnog plana uz uporabu agilnog pristupa - primjer 1	Development of a Project Plan Using Agile Approach - Example 1	Istraživačka pitanja: Kako primijeniti agilnu metodologiju u izradi projektnog plana za predloženi sustav? Metodološki pristup: teorijska analiza agilnih metodologija i praktična izrada projektnog plana za ICT projekt po izboru. Cilj rada: kreirati projektni plan koji osigurava učinkovitu implementaciju sustava kroz agilni pristup. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne koncepte agilne metodologije i njezinu primjenu u ICT projektima, a u empirijskom dijelu napraviti projektni plan pomoću nekog od alata za upravljanje projektima na odabranom vlastitom primjeru.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
446	Upravljanje ICT projektima	Novi	Razvoj projektnog plana uz uporabu agilnog pristupa - primjer 2	Development of a Project Plan Using Agile Approach - Example 2	Istraživačka pitanja: Kako primijeniti agilnu metodologiju u izradi projektnog plana za predloženi sustav? Metodološki pristup: teorijska analiza agilnih metodologija i praktična izrada projektnog plana za ICT projekt po izboru. Cilj rada: kreirati projektni plan koji osigurava učinkovitu implementaciju sustava kroz agilni pristup. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne koncepte agilne metodologije i njezinu primjenu u ICT projektima, a u empirijskom dijelu napraviti projektni plan pomoću nekog od alata za upravljanje projektima na odabranom vlastitom primjeru.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica

447	Upravljanje kategorijama proizvoda	Novi	Izazovi upravljanja kategorijama u višekanalnoj maloprodaji	Category management challenges in omnichannel retailing	Tema istražuje kako se upravljanje kategorijama prilagođava složenosti višekanalne maloprodaje, uključujući sinkronizaciju asortimana u prodavaonicama i online, cijena i promocije. Cilj je analizirati kako se razvijaju strategije upravljanja kategorijama u kontekstu višekanalne maloprodaje i procijeniti prilike i izazove u stvaranju jedinstvenog korisničkog iskustva, dok se istovremeno javljaju logistički i operativni izazovi. U praktičnom dijelu se može napraviti studija slučaja te analizirati trgovca koji je uspješno integrirao upravljanje kategorijama u višekanalno okruženje - kako upravlja asortimanom, cijenama i promocijama u fizičkim i digitalnim kanalima.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
448	Upravljanje kategorijama proizvoda	Novi	Analiza kategorije „x“: trendovi, izazovi i prilike u upravljanju maloprodajom	Analysis of the Category “x”: Trends, Challenges, and Opportunities in Retail Management	Tema se bavi dubinskom analizom određene kategorije proizvoda unutar maloprodajnog sektora. Ispituje jedinstvene trendove, ponašanja potrošača i operativne izazove povezane s upravljanjem ovom kategorijom. Cilj rada je identificirati prilike za rast, strategije optimizacije i utjecaj vanjskih čimbenika poput tržišnih trendova ili tehnološkog napretka. Za praktični dio se može provesti istraživanje na potrošačima, analiza fizičkih (layout i merchandising) i online prodavaonica (npr. preporuke i filtriranje) ili usporedba više trgovaca.	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

449	Upravljanje kategorijama proizvoda	Novi	Upravljanje kategorijama proizvoda u prodavaonicama susjedstva	Category Management in Convenience Stores	Tema istražuje jedinstvene izazove i strategije uključene u upravljanje kategorijama u prodavaonicama susjedstva, koje obično karakterizira mala površina prodavaonica i veliki promet robe. Kroz rad se istražuje kako maloprodavači upravljaju asortimanom proizvoda, optimiziraju prostor na policama i stvaraju učinkovite strategije trgovanja dok zadovoljavaju različite potrebe kupaca koji očekuju brz i praktičan pristup osnovnim proizvodima. Cilj je istražiti kako trgovci u malim prodavaonicama upravljaju kategorijama proizvoda na način da maksimiziraju iskorištenost prostora, povećavaju zadovoljstvo kupaca i povećavaju profitabilnost, unatoč ograničenjima koja nameće mala fizička veličina trgovine. Za praktični dio je moguće analizirati kako trgovački lanci s manjim prodajnim formatima upravljaju svojim kategorijama, uključujući odabir proizvoda, plasman i upravljanje zalihama. Moguće je fokusirati se na jednu ili više ključnih kategorija (npr. pića, grickalice ili mliječni proizvodi).	doc. dr. sc.	Franjković	Jelena	1. prof.dr.sc. Davor Dujak, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	------------------------------------	------	--	---	--	--------------	------------	--------	---

450	Upravljanje kvalitetom	Novi	Primjena Kanovog modela za analizu zadovoljstva korisnika	Application of the Kano Model to Analyse User Satisfaction	Glavni cilj ovog diplomskog rada je istražiti primjenu Kanovog modela u analizi zadovoljstva korisnika kako bi se utvrdili ključni atributi proizvoda ili usluge koji najviše utječu na korisničko zadovoljstvo. Istraživačkim se pitanjima želi utvrditi koje karakteristike proizvoda ili usluge korisnici smatraju osnovnim, očekivanim i oduševljavajućim; kako primjena Kanovog modela doprinosi preciznijem razumijevanju korisničkog zadovoljstva; te, na koji način rezultati analiza mogu unaprijediti korisničko iskustvo i povećati lojalnost korisnika. Teorijski dio rada obuhvaća pregled literature o korisničkom zadovoljstvu i lojalnosti, objašnjenje Kanovog modela te njegovu primjenu u različitim industrijama. Praktični dio uključuje osmišljavanje upitnika temeljenog na Kanovom modelu, prikupljanje podataka od korisnika, obradu podataka te interpretaciju rezultata. U okviru studije slučaja analizira se zadovoljstvo korisnika specifičnog proizvoda ili usluge te predlažu mjere za unapređenje.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica
-----	------------------------	------	---	--	---	--------------	----------	-----	--

451	Upravljanje kvalitetom	Novi	Analiza troškova kvalitete organizacije XY	Quality Costs Analysis of Organization XY	Cilj diplomskog rada jest istražiti ključne izvore troškova kvalitete i predložiti mjere za smanjenje troškova bez ugrožavanja kvalitete na primjeru konkretne proizvodne organizacije. Glavna istraživačka pitanja su: Kako se prate i analiziraju troškovi kvalitete u proizvodnji?; Koji su glavni izvori troškova nesukladnosti?; te, Kako učinkovito smanjiti troškove kvalitete? Teorijski dio rada daje pregled troškova kvalitete i njihovu klasifikaciju te analizuje uloge kontrole i osiguranja kvalitete. U praktičnom se dijelu rada analiziraju stvarni podaci promatrane organizacije (analiza obuhvaća troškove preventivne, ocjenjivanja, unutarnjih manjkavosti i vanjskih propusta) te daju prijedlozi za poboljšanja.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica
452	Upravljanje kvalitetom	Novi	Uloga TQM-a u postizanju konkurentnosti malih i srednjih poduzeća	The Role of TQM in Achieving the Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises	Cilj rada je Istražiti utjecaj TQM-a na konkurentnost malih i srednjih poduzeća te predložiti strategije za uspješnu implementaciju TQM pristupa. Radom se žele identificirati izazovi implementacije TQM-a u pojedinim sektorima, ali i utjecaj ovog sustava na zadovoljstvo korisnika. Teorijski dio sadržava detaljnu analizu TQM pristupa i principa te uloge kvalitete u postizanju konkurentnosti. Empirijskim se istraživanjem među malim i srednjim poduzećima koja primjenjuju TQM sustav u praktičnom dijelu rada ispituju zaposlenici i menadžeri na primjeru jedne ili više organizacija.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica

453	Upravljanje kvalitetom	Novi	Implementacija 5S metodologije u upravljanju skladištem	Introduction of the 5S Methodology in Warehouse Management	U teorijskom dijelu rada student odgovara na sljedeća istraživačka pitanja: Koji su ključni izazovi u organizaciji skladišta prije primjene 5S metodologije?; Kako implementacija 5S metodologije utječe na organizaciju i učinkovitost skladišnih procesa?; te, Koji su mjerljivi učinci primjene 5S metodologije na sigurnost, kvalitetu i vrijeme izvršenja skladišnih zadataka? Glavni cilj rada je istražiti kako primjena 5S metodologije može unaprijediti efikasnost i organizaciju skladišnog poslovanja na primjeru konkretne organizacije. Student je obvezan u praktičnom dijelu rada napraviti analizu postojećeg stanja u skladišnim procesima i analizu korištenja 5S (ako je primjenivo); prikupiti podatke o ključnim metrikama (vrijeme izvršenja zadataka, broj pogrešaka, razina sigurnosti) prije i nakon implementacije; predložiti implementaciju 5S principa u odabranom skladištu (ili nadogradnju postojeće primjene 5S-a); te, procijeniti učinak primjene 5S metodologije na produktivnost, smanjenje troškova i sigurnost u skladištu.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica
-----	------------------------	------	---	--	--	--------------	----------	-----	--

454	Upravljanje kvalitetom	Novi	Primjena Ishikawinog dijagrama za identifikaciju uzroka nesukladnosti u poslovnim procesima	Application of Ishikawa Diagram to Identify the Causes of Inconsistencies in Business Processes	Glavni cilj rada je istražiti kako se Ishikawin dijagram (dijagram uzroka i posljedica) može koristiti za identifikaciju i analizu uzroka nesukladnosti u poslovnim procesima. Teorijski dio rada daje pregled glavnih uzroka nesukladnosti u promatranim procesima odgovara na istraživačko pitanje o tome kako Ishikawin dijagram može pomoći u boljem razumijevanju povezanosti različitih uzroka. Praktični dio rada obuhvaća studiju slučaja na konkretnom primjeru koja uključuje analizu postojećih podataka o nesukladnostima, intervjuje s ključnim sudionicima procesa i radionice za timsku analizu, te strukturiranu identifikaciju uzroka i kategorizaciju istih prema glavnim faktorima (ljudi, oprema, metode, materijali, okoliš, mjerenja). U praktičnom je dijelu rada obvezno predlaganje mjera za otklanjanje utvrđenih uzroka nesukladnosti i prevenciju njihovog ponovnog pojavljivanja na primjeru odabrane organizacije i konkretnog poslovnog procesa.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica
-----	------------------------	------	---	---	---	--------------	----------	-----	--

455	Upravljanje kvalitetom	Novi	Primjena SERVQUAL modela za mjerenje kvalitete usluga u hotelijerstvu	Application of the SERVQUAL Model to Measure the Quality of Services in the Hotel Industry	Glavni je cilj teorijskog doijela rada istražiti primjenu SERVQUAL modela za mjerenje kvalitete usluga u hotelijerstvu i identificirati ključne dimenzije koje utječu na zadovoljstvo gostiju. Praktični dio rada obuhvaća istraživanje putem upitnika temeljenog na SERVQUAL modelu (obuhvaća pet dimenzija kvalitete usluga: pouzdanost, responzivnost, uvjerljivost, empatija i opipljivi elementi). Podatci se analiziraju korištenjem statističkih metoda za procjenu razlika između očekivanja i percepcija gostiju (gap analiza). Na primjeru odabrane organizacije student daje odgovore na istraživačka pitanja o tome u kojoj mjeri hotelske usluge zadovoljavaju očekivanja gostiju te koje su ključne preporuke za poboljšanje kvalitete usluga na temelju rezultata analize.	doc. dr. sc.	Živković	Ana	1. doc. dr. sc. Jelena Franjković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Ana Živković, članica 3. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 4. prof. dr. sc. Ivana Fosić, zamjenska članica
-----	------------------------	------	---	--	---	--------------	----------	-----	---

456	Upravljanje marketingom	stari	Inovacije u programima lojalnosti: Prilagodba potrošačkim trendovima i tehnološkim promjenama	Innovations in Loyalty Programs: Adapting to Consumer Trends and Technological Shifts	Cilj rada je istražiti kako se programi lojalnosti razvijaju i prilagođavaju novim potrošačkim trendovima i tehnološkim inovacijama. Svrha rada je analizirati kako inovativni pristupi u programima lojalnosti mogu povećati angažman i zadovoljstvo potrošača te kako se ti programi mogu koristiti za dugoročno održavanje i povećanje tržišnog udjela. Istraživanje se može oslanjati na analizu slučajeva vodećih poslovnih subjekata koji su uspješno implementirale inovativne programe, anketiranje potrošača za dobivanje uvida u njihove preferencije i percepcije, te analizu tržišnih podataka kako bi se procijenio utjecaj tih programa na poslovanje. Rad treba istražiti ključne elemente koji čine uspješne programe lojalnosti, uključujući personalizaciju, integraciju s digitalnim tehnologijama (poput mobilnih aplikacija i umjetne inteligencije), i inovativne strategije nagrađivanja. Poseban naglasak treba biti na tome kako se programi lojalnosti prilagođavaju promjenjivim potrebama i očekivanjima potrošača, te kako integriraju nove tehnološke trendove kako bi ostali relevantni i efikasni.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	-------------------------	-------	---	---	---	--------------------	-------	------	--

457	Upravljanje marketingom	stari	Strategije upravljanja marketingom: Integracija slogana, strategije i kampanja za uspješan marketinški doseg	Marketing Management Strategies: Integration of Slogans, Strategy, and Campaigns for Successful Market Reach	Cilj ovog rada je istražiti proces izrade i razvoja snažnog identiteta brenda, s posebnim naglaskom na ulogu slogana, strateškog planiranja i marketinških kampanja. Svrha je analizirati kako ovi elementi zajedno doprinose prepoznatljivosti i uspjehu brenda na tržištu i kako doprinose ukupnom dojmu koje ostavljaju na potrošače. Metodologija treba uključivati detaljnu analizu slučajeva uspješnih brendova, intervjuiranje marketinških stručnjaka i stručnjaka za brendiranje, te analizu dostupnih tržišnih i potrošačkih podataka. Rad treba koristiti teorijske okvire iz područja marketinga i komunikacija za razumijevanje ključnih faktora uspjeha. Fokus treba biti na analizi kako poslovni subjekti kreiraju i održavaju snažan identitet, s posebnim naglaskom na kreativne i strateške aspekte kreiranja slogana, razvoja marketinških strategija i implementacije kampanja, uključujući upotrebu digitalnih medija i društvenih mreža za jačanje brand identiteta.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
-----	-------------------------	-------	--	--	--	--------------------	-------	------	--

458	Upravljanje marketingom	stari	Digitalna transformacija u upravljanju marketingom: Novi izazovi i prilike	Digital Transformation in Marketing Management: New Challenges and Opportunities	Cilj ovog rada je istražiti kako digitalna transformacija utječe na upravljanje marketingom, identificirati ključne izazove i prilike te predložiti strategije za njihovo učinkovito iskorištavanje. Svrha je pružiti dublji uvid u načine kako poslovni subjekti mogu koristiti digitalne tehnologije za poboljšanje svojih marketinških aktivnosti. Rad treba uključiti pisanje i analizu studija slučaja, anketiranje marketinških stručnjaka i analizu sekundarnih podataka. Istraživanje se treba fokusirati na analizu primjera iz prakse gdje su poslovni subjekti uspješno implementirali digitalne tehnologije u svoje marketinške strategije, kao i na identifikaciju izazova s kojima se susreću.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
459	Upravljanje marketingom	stari	Analiza utjecaja društvene mreže TikTok na upravljanje marketingom i potrošačko ponašanje	Analysis of the Impact of the TikTok Social Network on Marketing Management and Consumer Behavior	Cilj je istražiti kako i u kojoj mjeri društveni mediji utječu na odluke o kupnji i percepciju brenda kod potrošača s naglaskom na društvenu mrežu TikTok. Svrha rada je pružiti duboko razumijevanje dinamike između društvenih medija i potrošačkog ponašanja. Istraživanje se treba osloniti na analizu podataka prikupljenih putem anketa i intervjuiranja potrošača – korisnika društvenih mreža, kao i na analizu trendova na društvenim mrežama. Rad se može koncentrirati na proučavanje kako različiti aspekti društvenih medija, poput recenzija, influencera i promocijskih kampanji, utječu na odluke potrošača.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica

460	Upravljanje marketingom	stari	Učinkovito upravljanje marketingom usmjereno na održivost: Strategije i izazovi	Effective Sustainability-Focused Marketing Management: Strategies and Challenges	Cilj rada je analizirati kako poslovni subjekti implementiraju održive marketinške prakse i kako to utječe na njihov brend i tržišni uspjeh. Svrha je istražiti kako se održivost može koristiti kao ključni element u marketinškim strategijama i koje su prednosti i izazovi takvog pristupa. Metodologija treba uključiti kvalitativnu analizu primjera iz prakse, intervjuiranje marketinških stručnjaka iz poslovnih subjekata koji primjenjuju održive prakse, te analizu sekundarnih podataka o utjecaju tih praksi na potrošače i tržište. Fokus istraživanja treba staviti na konkretne primjere poslovnih subjekata koji su uspješno integrirali održivost u svoje marketinške aktivnosti, te na analizi kako se to odrazilo na njihovu reputaciju, tržišni udio i profitabilnost.	izv. prof. dr. sc.	Kelić	Ivan	1. prof. dr. sc. Davorin Turkalj, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Ivan Kelić, član 3. prof. dr. sc. Antun Biloš, član 4. prof. dr. sc. Marija Ham, zamjenska članica
461	Upravljanje neprofitnim organizacijama	Novi	Upravljački izazovi u poslovanju neprofitnih organizacija	The challenges of managing a non-profit organization	U okviru diplomskog rada analizira se kompleksnost upravljačkih izazova s kojima se suočavaju voditelj neprofitne organizacije. Teorijski dio obuhvaća pregled relevantne literature koja se bavi specifičnim pitanjima i konceptima upravljanja unutar neprofitnog sektora, uključujući strategije upravljanja, financijsku održivost, upravljanje ljudskim resursima te odnos s korisnicima, donatorima i volonterima. Empirijski dio istraživanja temelji se na analizi slučajeva nekoliko neprofitnih organizacija, gdje će se istražiti stvarni problemi i izazovi s kojima se suočavaju u svakodnevnom poslovanju.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica

462	Upravljanje neprofitnim organizacijama	Novi	Značaj i prepoznatljivost neprofitnih organizacija u lokalnoj zajednici	The importance and recognition of nonprofit organizations in the local community	U ovom diplomskom radu istražuje se značaj i prepoznatljivost neprofitnih organizacija unutar lokalnih zajednica. Teorijski dio obuhvaća pregled relevantne literature koja analizira ulogu neprofitnih organizacija u društvu, uključujući njihovu misiju, ciljeve i doprinose lokalnoj zajednici. Poseban naglasak stavlja se na aspekte kao što su poticanje volonterizma, pružanje socijalnih usluga te promicanje ekološke i kulturne svjesnosti. Empirijski dio rada temelji se na analizi percepcije javnosti o važnosti i radu neprofitnih organizacija. Cilj rada je identificirati ključne čimbenike koji utječu na prepoznatljivost neprofitnih organizacija i predložiti preporuke za poboljšanje njihove vidljivosti i utjecaja u lokalnoj zajednici.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica
463	Upravljanje neprofitnim organizacijama	Novi	Uloga organizacija civilnog društva u ublažavanju posljedica ekonomskih i društvenih kriza	The Role of Civil Society Organizations in Mitigating the Consequences of Economic and Social Crises	Ovaj diplomski rad istražuje ključnu ulogu organizacija civilnog društva u ublažavanju posljedica ekonomskih i društvenih kriza. Teorijski dio obuhvaća pregled relevantne literature koja analizira kako organizacije civilnog društva doprinose stabilizaciji i obnovi zajednica pogođenih krizama. Također se razmatra okvir u kojem civilno društvo djeluje, uključujući pravne, političke i društvene aspekte koji utječu na njegovu učinkovitost. Empirijski dio rada temelji se na analizi konkretnih slučajeva organizacija civilnog društva koje su aktivno sudjelovale u ublažavanju posljedica nedavnih ekonomskih i društvenih kriza. Kroz intervjue s predstavnicima	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica

					tih organizacija, kao i analizom dostupnih izvora i podataka o njihovim programima i aktivnostima, istražuje se kako su ove organizacije reagirale na krize, koje su intervencije provele i koliki su imale utjecaj na pogođene zajednice.				
464	Upravljanje neprofitnim organizacijama	Novi	Vođenje u neprofitnom sektoru - Spoj menadžerskih vještina i liderske inspiracije	Leadership in the non-profit sector - A combination of management skills and leadership inspiration	Cilj diplomskog rada je istražiti integraciju menadžerskih i liderskih vještina u kontekstu vođenja neprofitnih organizacija. Teorijski dio rada obuhvaća ključne koncepte vezane uz upravljanje i vođenje s posebnim osvrtom na specifičnosti neprofitnog sektora. U ovom dijelu rada potrebno je analizirati razlike između menadžerskih i liderskih uloga te njihovu integraciju u upravljanju neprofitnim organizacijama. Empirijski dio rada temelji se na studiji slučaja odabrane neprofitne organizacije, a potrebno je istražiti kako vode u ovom sektoru kombiniraju strateško planiranje, organizacijske sposobnosti i operativnu učinkovitost s motivacijom, inspiracijom i vizijom.	prof. dr. sc.	Perić	Julia	1. izv. prof. dr. sc. Marina Stanić, predsjednica 2. prof. dr. sc. Julia Perić, članica 3. prof. dr. sc. Anamarija Delić, članica 4. prof. dr. sc. Mirela Alpeza, zamjenska članica

465	Upravljanje odnosima s potrošačima	Novi studijski program	Razvoj CRM sustava za smještajne kapacitete autokampa	CRM system development for campsite accommodation facilities	U radu treba sagledati pojam marketinga odnosa i upravljanja odnosima s potrošačima, te specifičnosti djelovanja marketinga odnosa, odnosno upravljanja odnosima s potrošačima za smještajne kapacitete autokampa. Sagledati pojam autokampa s posebnim fokusom na smještajne kapacitete autokampa. Izabrati jedan autokamp, analizirati njegov oblik poslovanja, kao i potrebe za informacijama o potrošačima i njegovom ponašanju. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije CRM sustava za fokusirani poslovni subjekt. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
466	Upravljanje odnosima s potrošačima	Novi studijski program	Razvoj CRM sustava za apartmanske smještajne ugostiteljske kapacitete	CRM system development for accommodation and hospitality facilities	U radu treba sagledati pojam marketinga odnosa i upravljanja odnosima s potrošačima, te specifičnosti djelovanja marketinga odnosa, odnosno upravljanja odnosima s potrošačima u ugostiteljskoj ponudi. Sagledati pojam ugostiteljstva s posebnim fokusom na smještajne ugostiteljske objekte apartmanskog tipa. Izabrati jedan smještajni apartmanski ugostiteljski objekt, analizirati njegov oblik poslovanja, kao i potrebe za informacijama o potrošačima i njegovom ponašanju. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije CRM sustava za fokusirani poslovni subjekt. Načiniti programsko	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

					rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.				
467	Upravljanje odnosima s potrošačima	Novi studijski program	Razvoj CRM sustava za receptivne putničke agencije	CRM system development for inbound tour agencies	U radu treba sagledati pojam marketinga odnosa i upravljanja odnosima s potrošačima, te specifičnosti djelovanja marketinga odnosa, odnosno upravljanja odnosima s potrošačima u receptivnim putničkim agencijama. Sagledati pojam putničke agencije s posebnim fokusom na receptivne putničke agencije. Izabrati jednu receptivnu putničku agenciju, analizirati njezin oblik poslovanja, kao i potrebe za informacijama o potrošačima i njihovom ponašanju. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije CRM sustava za fokusirani poslovni subjekt. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

468	Upravljanje odnosima s potrošačima	Novi studijski program	Razvoj CRM sustava za humanitarnu organizaciju	CRM system development for humanitarian organization	U radu treba sagledati pojam marketinga odnosa i upravljanja odnosima s potrošačima, te specifičnosti djelovanja marketinga odnosa, odnosno upravljanja odnosima s potrošačima kod humanitarnih organizacija. Sagledati pojam i djelovanje humanitarne organizacije. Izabrati jednu humanitarnu organizaciju, analizirati njezin oblik poslovanja, kao i potrebe za informacijama o potrošačima i njegovom ponašanju. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije CRM sustava za fokusiranu humanitarnu organizaciju. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške. Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica
469	Upravljanje odnosima s potrošačima	Novi studijski program	Razvoj CRM sustava za obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo	CRM system development for family farm	U radu treba sagledati pojam marketinga odnosa i upravljanja odnosima s potrošačima, te specifičnosti djelovanja marketinga odnosa, odnosno upravljanja odnosima s potrošačima kod obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Sagledati pojam i djelovanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Izabrati jedno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, analizirati njegov oblik poslovanja, kao i potrebe za informacijama o potrošačima i njegovom ponašanju. Izraditi model baze podataka i strukturu programske aplikacije CRM sustava za fokusirani poslovni subjekt. Načiniti programsko rješenje, te testirati ga i ukloniti logičke greške.	prof. dr. sc.	Dukić	Branimir	1. prof. dr. sc. Branimir Dukić, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 4. prof. dr. sc. Antoaneta Klobučar, zamjenska članica

					Opisati napravljeno programsko rješenje. Ponuditi daljnje razvojne mogućnosti razvijenog programskog rješenja.				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

470	Upravljanje podacima i vizualizacija	Novi	Izrada interaktivne nadzorne ploče (<i>dashboarda</i>) - primjer 1	Development of an Interactive Dashboard - Example 1	Istraživačka pitanja: Koje su ključne metrike koje se trebaju nalaziti na nadzornoj ploči? Kako osigurati jasnoću i interaktivnost u prikazu podataka? Metodološki pristup: teorijska analiza vizualizacijskih alata i primjera najboljih vizualizacijskih praksi i praktična izrada dashboarda na odabranom primjeru. Cilj rada: osmisliti vizualizaciju koja omogućava korisnicima učinkovitije praćenje i analizu određenih metrika. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne principe vizualizacije podataka te primjere najbolje prakse, a u empirijskom dijelu napraviti vizualizacije u nekom od vizualizacijskih softvera i to na sljedeći način: - navesti ciljeve koji se žele postići vizualizacijom - objasniti skup podataka na temelju kojeg se rade vizualizacije - napraviti minimalno 5-7 vizualizacija - napraviti barem 2 izračunata polja i/ili seta - kreirati nadzornu ploču (<i>dashboard</i>) s minimalno 4 vizualizacije na njemu. Dashboard treba biti dinamički te interkativan i prikazivati barem 1 filter. Pri izradi dashboarda potrebno se pridržavati primjera najbolje prakse. Dashboard treba biti intuitivan, pregledan, jasan i informativan.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	--------------------------------------	------	--	---	---	--------------	--------	-------	--

471	Upravljanje podacima i vizualizacija	Novi	Izrada interaktivne nadzorne ploče (<i>dashboarda</i>) - primjer 2	Development of an Interactive Dashboard - Example 2	Istraživačka pitanja: Koje su ključne metrike koje se trebaju nalaziti na nadzornoj ploči? Kako osigurati jasnoću i interaktivnost u prikazu podataka? Metodološki pristup: teorijska analiza vizualizacijskih alata i primjera najboljih vizualizacijskih praksi i praktična izrada dashboarda na odabranom primjeru. Cilj rada: osmisliti vizualizaciju koja omogućava korisnicima učinkovitije praćenje i analizu određenih metrika. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne principe vizualizacije podataka te primjere najbolje prakse, a u empirijskom dijelu napraviti vizualizacije u nekom od vizualizacijskih softvera i to na sljedeći način: - navesti ciljeve koji se žele postići vizualizacijom - objasniti skup podataka na temelju kojeg se rade vizualizacije - napraviti minimalno 5-7 vizualizacija - napraviti barem 2 izračunata polja i/ili seta - kreirati nadzornu ploču (<i>dashboard</i>) s minimalno 4 vizualizacije na njemu. Dashboard treba biti dinamički te interaktivan i prikazivati barem 1 filter. Pri izradi dashboarda potrebno se pridržavati primjera najbolje prakse. Dashboard treba biti intuitivan, pregledan, jasan i informativan.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	--------------------------------------	------	--	---	---	--------------	--------	-------	---

472	Upravljanje podacima i vizualizacija	Novi	Izrada interaktivne nadzorne ploče (<i>dashboarda</i>) - primjer 3	Development of an Interactive Dashboard - Example 3	Istraživačka pitanja: Koje su ključne metrike koje se trebaju nalaziti na nadzornoj ploči? Kako osigurati jasnoću i interaktivnost u prikazu podataka? Metodološki pristup: teorijska analiza vizualizacijskih alata i primjera najboljih vizualizacijskih praksi i praktična izrada dashboarda na odabranom primjeru. Cilj rada: osmisliti vizualizaciju koja omogućava korisnicima učinkovitije praćenje i analizu određenih metrika. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne principe vizualizacije podataka te primjere najbolje prakse, a u empirijskom dijelu napraviti vizualizacije u nekom od vizualizacijskih softvera i to na sljedeći način: - navesti ciljeve koji se žele postići vizualizacijom - objasniti skup podataka na temelju kojeg se rade vizualizacije - napraviti minimalno 5-7 vizualizacija - napraviti barem 2 izračunata polja i/ili seta - kreirati nadzornu ploču (<i>dashboard</i>) s minimalno 4 vizualizacije na njemu. Dashboard treba biti dinamički te interaktivan i prikazivati barem 1 filter. Pri izradi dashboarda potrebno se pridržavati primjera najbolje prakse. Dashboard treba biti intuitivan, pregledan, jasan i informativan.	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	--------------------------------------	------	--	---	---	--------------	--------	-------	---

473	Upravljanje podacima i vizualizacija	Novi	Analiza i poboljšanje vizualizacija podataka u sklopu inicijative <i>Makeover Monday</i>	Analysis and Improvement of Data Visualizations in the Makeover Monday Initiative	Makeover Monday je globalna inicijativa u području vizualizacije podataka koja okuplja entuzijaste, profesionalce i početnike kako bi poboljšali svoje vještine vizualizacije podataka. Pokrenuta je kao tjedni izazov gdje sudionici dobivaju skup podataka i zadatak da redizajniraju vizualizaciju tog skupa, čime stvaraju alternativne prikaze koji su često jasniji, informativniji ili estetski privlačniji od originala. Istraživačka pitanja: Koje su najčešće pogreške u postojećim vizualizacijama podataka iz inicijative Makeover Monday? Kako teorija dizajna vizualizacije podataka može poboljšati interpretaciju i razumijevanje podataka? Metodološki pristup: teorijski pregled principa vizualizacije podataka i empirijska analiza odabranih vizualizacija iz Makeover Monday arhive i njihovo poboljšanje prema utvrđenim smjericama. Cilj rada: poboljšati kvalitetu vizualizacije podataka kroz primjenu teorijskih znanja i praktičnih rješenja. U teorijskom dijelu rada, student treba istražiti osnovne principe vizualizacije podataka te primjere najbolje prakse, a u empirijskom dijelu prikupiti vizualizacije iz inicijative Makeover Monday i predložiti poboljšanja na temelju teorijskih principa i to: - odabrati skup podataka iz Makeover Monday inicijative - analizirati postojeće vizualizacije koje su korisnici podijelili	doc. dr. sc.	Šebalj	Dario	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. doc. dr. sc. Dario Šebalj, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Josipa Forjan, zamjenska članica
-----	--------------------------------------	------	--	---	---	--------------	--------	-------	--

					- osmisлити vlastite alternativne vizualizacije koristeći alate poput Tableau-a ili Power BI - usporediti svoje vizualizacije s postojećima na temelju kriterija kao što su jasnoća, učinkovitost, estetika i interaktivnost.				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

474	Upravljanje poslovnim procesima	Stari	Upravljanje kvalitetom na primjeru poduzeća X	Quality management on the example of company X	Rad treba dati uvid u upravljanje kvalitetom procesa i/ili proizvoda (usluga) u tvrtkama kao i njihovu važnost za cjelokupno poslovanje. U teorijskom dijelu student treba opisati i predstaviti procedure i standarde za upravljanje kvalitetom koji su na raspolaganju tvrtkama. U empirijskom dijelu rada student treba prikazati proces uvođenja standarda kvalitete u tvrtku ili prikazati kako je uvođenje standarda kvalitete utjecalo na unapređenje poslovanja promatrane tvrtke.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, predsjednik 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. prof. dr. sc. Martina Briš, članica 4. prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka, zamjenska članica
475	Upravljanje rizicima	Novi	Tržišni rizici odabranog financijskog instrumenta	Market risks of the selected financial instrument	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Mjere tržišnih rizika; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta (dionica, fond, indeks, ETF); 4. Analiza tržišnih rizika odabranog financijskog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Analizirati i kvantificirati tržišne rizike povezane s odabranim financijskim instrumentom, identificirati ključne faktore rizika, te predložiti strategije za njihovo upravljanje i mitigaciju. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su glavni tržišni rizici povezani s odabranim financijskim instrumentom? 2. Kako volatilnost tržišta utječe na cijenu i performanse odabranog financijskog instrumenta? 3. Koje metode upravljanja rizicima su najučinkovitije za minimiziranje tržišnih rizika ovog instrumenta? 4. Kako makroekonomski faktori utječu na tržišne rizike	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

					odabranog financijskog instrumenta?				
476	Upravljanje rizicima	Novi	Rizici u bankarskom poslovanju na primjeru banke X	Risks in banking business on the example of bank X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Rizici bankarskog poslovanja; 3. Upravljanje rizicima u banci X; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: 1. Identificirati ključne rizike u bankarskom poslovanju. 2. Analizirati specifične rizike s kojima se suočava banka X. 3. Procijeniti utjecaj tih rizika na poslovanje banke. 4. Predložiti strategije za upravljanje i smanjenje rizika. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su glavni rizici s kojima se suočava banka X u svom poslovanju? 2. Kako banka X upravlja kreditnim rizikom? 3. Na koji način banka X procjenjuje i upravlja tržišnim rizikom? 4. Kako operativni rizici utječu na poslovanje banke X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član

					5. Koje strategije koristi banka X za smanjenje rizika likvidnosti?				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

477	Upravljanje rizicima	Novi	Mjerenje rizičnosti ulaganja u dionicu/indeks/fond/ETF X korištenjem Value-at-Risk metodologije	Measuring the riskiness of investing in stock/index/fund/ETF X using the Value-at-Risk methodology	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Value-at-Risk metodologija; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta; 4. Rizičnost ulaganja u odabrani instrument; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) Analizirati i primijeniti Value-at-Risk (VaR) metodologiju za procjenu rizičnosti ulaganja u odabranu dionicu/indeks/fond/ETF X; 2) Ispitati pouzdanost i ograničenja VaR modela u kontekstu financijskih tržišta; 3) Predložiti poboljšanja ili alternativne pristupe za preciznije mjerenje rizika. Istraživačka pitanja su: 1. Kako se Value-at-Risk (VaR) metodologija može primijeniti na mjerenje rizičnosti ulaganja u dionicu/indeks/fond/ETF X? 2. Koje su prednosti i ograničenja korištenja VaR metodologije u procjeni rizika ulaganja u X? 3. Kako različiti vremenski horizonti utječu na procjenu rizika ulaganja u X korištenjem VaR? 4. Kako se povijesni podaci o volatilnosti X odražavaju na VaR procjene? 5. Koje su alternative VaR metodologiji u mjerenju rizičnosti ulaganja u X i kako se one uspoređuju?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	----------------------	------	---	--	--	---------------	---------------	----------------	--

478	Upravljanje rizicima	Novi	Monte Carlo simulacije u financijama na primjeru dionice/indeksa/fonda/ETF-a X	Monte Carlo simulations in finance on the example of stock/index/fund/ETF X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o Monte Carlo simulacijama; 3. Prikaz odabranog financijskog instrumenta; 4. Monte Carlo simulacija na primjeru odabranog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) objasniti teorijske osnove Monte Carlo simulacija, 2) primijeniti simulacije na odabrani financijski instrument (dionica/indeks/fond/ETF X), 3) analizirati rezultate simulacija u kontekstu procjene rizika i povrata, te 4) evaluirati učinkovitost i ograničenja metode u financijskom modeliranju. Istraživačka pitanja su: 1. Kako Monte Carlo simulacije mogu predvidjeti buduće kretanje cijena dionice/indeksa/fonda/ETF-a X? 2. Koja je točnost Monte Carlo simulacija u procjeni rizika i povrata za dionicu/indeks/fond/ETF X? 3. Kako različiti parametri utječu na rezultate Monte Carlo simulacija za dionicu/indeks/fond/ETF X? 4. U kojoj mjeri Monte Carlo simulacije pomažu u donošenju investicijskih odluka za dionicu/indeks/fond/ETF X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	----------------------	------	--	---	--	---------------	---------------	----------------	--

479	Upravljanje rizicima	Novi	Tehnička analiza i njena primjena na dionici/indeksu/fondu/ETF-u X	Technical analysis and its application on the stock/index/fund/ETF X	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Tehnička analiza; 3. Opis odabranog financijskog instrumenta; 4. Tehnička analiza odabranog financijskog instrumenta; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: istražiti principe tehničke analize, primijeniti ih na odabranu dionicu/indeks/fond/ETF X, evaluirati učinkovitost korištenih metoda te predložiti strategije za optimizaciju ulaganja. Istraživačka pitanja su: 1. Koji tehnički indikatori najpreciznije predviđaju kretanje cijene dionice/indeksa/fonda/ETF-a X? 2. Kako primjena tehničke analize utječe na odluke o ulaganju u dionicu/indeks/fond/ETF X? 3. Koliko su pouzdane tehničke analize u usporedbi s fundamentalnom analizom za dionicu/indeks/fond/ETF X? 4. Koje su prednosti i nedostaci korištenja tehničke analize na dionici/indeksu/fondu/ETF-u X? 5. Kako povijesni podaci o cijenama utječu na učinkovitost tehničke analize za dionicu/indeks/fond/ETF X?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	----------------------	------	--	--	---	---------------	---------------	----------------	---

480	Upravljanje rizicima	Novi	Analiza rizika i prinosa odabranih UCITS fondova	Risk and return analysis of selected UCITS funds	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o UCITS fondovima; 3. Industrija UCITS fondova u Hrvatskoj (statistika); 4. Rizici i prinosi odabranih fondova; 5. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su: 1) Identificirati ključne rizike povezane s odabranim UCITS fondovima, 2) Kvantificirati povijesne prinose tih fondova, 3) Usporediti rizik i prinos s relevantnim tržišnim indeksima, 4) Predložiti strategije za optimizaciju portfelja na temelju analize. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni faktori rizika povezani s odabranim UCITS fondovima? 2. Kako se prinosi odabranih UCITS fondova uspoređuju s tržišnim indeksom? 3. Koje su strategije upravljanja rizikom najefikasnije za odabrane UCITS fondove? 4. Kako makroekonomski uvjeti utječu na performanse odabranih UCITS fondova? 5. Koja je korelacija između rizika i prinosa u odabranim UCITS fondovima?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
-----	----------------------	------	--	--	---	---------------	---------------	----------------	---

481	Upravljanje rizicima	Novi	Sustav upravljanja rizicima u odabranom poduzeću	Risk management system in the selected company	Općenita, ne striktno i detaljno definirana struktura rada, mogla bi sastojati od sljedećeg: 1. Uvod; 2. Općenito o upravljanju rizicima; 3. Primjer sustava upravljanja rizicima u odabranom poduzeću; 4. Zaključak. Ciljevi rada su: Ciljevi diplomskog rada su analizirati postojeći sustav upravljanja rizicima u odabranom poduzeću, identificirati ključne rizike, procijeniti učinkovitost trenutnih strategija upravljanja rizicima te predložiti poboljšanja za optimizaciju procesa i smanjenje potencijalnih negativnih utjecaja na poslovanje. Istraživačka pitanja su: 1. Koji su ključni elementi sustava upravljanja rizicima u odabranom poduzeću? 2. Kako odabrano poduzeće identificira i procjenjuje rizike? 3. Koje strategije koristi poduzeće za ublažavanje identificiranih rizika? 4. Kako sustav upravljanja rizicima utječe na poslovne odluke i performanse poduzeća? 5. Koje su prednosti i nedostaci trenutnog sustava upravljanja rizicima u poduzeću?	prof. dr. sc.	Sajter	Domagoj	1. prof. dr. sc. Ivan Kristek, predsjednik 2. doc. dr. sc. Dražen Novaković, član 3. prof. dr. sc. Domagoj Sajter, član 4. izv. prof. dr. sc. Domagoj Karačić, zamjenski član
482	Upravljanje rizicima u opskrbnom lancu	Novi	Ekonomski rizici u opskrbnom lancu	Economic risks in supply chain	Cilj ovog rada je istražiti na koji način ekonomski rizici utječu na opskrbne lance diljem svijeta. U teorijskom dijelu rada potrebno je prezentirati rizike u opskrbnom lancu te posebno obraditi što su ekonomski rizici te na koji način utječu na odvijanje opskrbnog lanca. U empirijskom dijelu rada student(ica) treba procijeniti na primjerima utjecaj ekonomskih rizika na opskrbne lance te predložiti načine na koje je moguće boriti se protiv njih.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

483	Upravljanje rizicima u opskrbnom lancu	Novi	Kargo kriminal i piratstvo kao rizici u opskrbnom lancu	Cargo crime and piracy as risks in supply chain	Cilj rada je istražiti na koji način kargo kriminal i piratstvo utječu na globalne opskrbe lance. U teorijskom dijelu rada student treba istražiti kargo kriminal i piratstvo i s njima povezane rizike koji mogu nastati u opkrbnim lancima te na koji se način bore protiv tih rizika. U empirijskom dijelu rada potrebno je obraditi primjere kako kargo kriminal i piratstvo utjecali na opskrbe lance te istražiti kako su se tvrtke koje su proučavane borile protiv istih.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član
484	Upravljanje rizicima u opskrbnom lancu	Novi	Prirodne katastrofe i utjecaji na opkrbne lance	Natural disasters and impacts on supply chains	Cilj ovog rada je istražiti kako prirodne katastrofe utječu na globalne opskrbe lance te kako se tvrtke bore protiv tih rizika. U teorijskom dijelu rada potrebno je istražiti rizike koji mogu nastati zbog prirodnih katastrofa te koje aktivnosti tvrtke mogu poduzeti kako bi iste umanjili, izbjegli ili ih prenijeli na treće osobe. U empirijskom dijelu rada potrebno je obraditi primjere kako su prirodne katastrofe utjecale na opskrbe lance te koji su bili načini borbe protiv njih.	prof. dr. sc.	Erceg	Aleksandar	1. doc. dr. sc. Ana Živković, predsjednica 2. prof. dr. sc. Aleksandar Erceg, član 3. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 4. prof. dr. sc. Davor Dujak, zamjenski član

485	Upravljanje znanjem	Novi	Uloga upravljanja znanjem u inovacijama i konkurentnosti poduzeća	The role of knowledge management in innovation and corporate competitiveness	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti osnovne pojmove upravljanja znanjem, inovacija i konkurentnosti, te istražiti kako učinkovito upravljanje znanjem može doprinijeti generiranju inovacija i jačanju konkurentnosti organizacije. To uključuje analizu različitih tipova znanja (tacitno i eksplicitno), kao i ulogu sustava za upravljanje znanjem (KMS) u procesu inovacija, od ideje do komercijalizacije. U praktičnom dijelu, student treba analizirati konkretne primjere organizacija koje su uspješno integrirale upravljanje znanjem u svoje poslovne procese i kako su to iskoristile za razvoj novih proizvoda, poboljšanje usluga ili optimizaciju poslovnih operacija. Proučiti kako organizacije koriste dijeljenje znanja i suradnju među zaposlenicima, kao i tehnologije kao što su intraneti, baze podataka i zajedničke radne platforme, kako bi stvorile inovativnu i konkurentnu prednost.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, predsjednik 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
-----	---------------------	------	---	--	---	---------------	--------	-------	---

486	Upravljanje znanjem	Novi	Upravljanje tacitnim i eksplicitnim znanjem: Izazovi i strategije	Managing tacit and explicit knowledge: Challenges and strategies	U diplomskom radu student treba teorijski objasniti razliku između tacitnog (implicitnog) i eksplicitnog znanja, te istražiti kako se oba tipa znanja koriste i upravlja u organizacijama. Tacitno znanje je osobno, teško prenosivo, temelji se na iskustvu i intuiciji, dok je eksplicitno znanje formalizirano, lako prenosivo i zapisano. Student treba analizirati izazove u upravljanju tacitnim znanjem, poput njegove neformalizirane prirode i teškoće u prijenosu, te pristupe za njegovo dijeljenje, kao što su mentorstvo, zajednički rad i društvene mreže unutar organizacije. U praktičnom dijelu, student treba proučiti konkretne primjere iz organizacija koje su uspješno upravljale tacitnim i eksplicitnim znanjem, koristeći alate poput sustava za upravljanje znanjem (KMS), bazama podataka, zajedničkim radnim platformama, te aplikacijama koje potiču suradnju i dijeljenje znanja. Proučiti koje su strategije primijenjene za stvaranje kulture dijeljenja tacitnog znanja, kao i kako organizacije sustavno pohranjuju i distribuiraju eksplicitno znanje.	prof. dr. sc.	Glavaš	Jerko	1. prof. dr. sc. Željko Požega, predsjednik 2. prof. dr. sc. Jerko Glavaš, član 3. prof. dr. sc. Helena Štimac, članica 4. prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, zamjenska članica
487	Vrijednosni papiri	stari	Inicijalna javna ponuda (IPO) u Republici Hrvatskoj: prilike i izazovi	Initial public offering (IPO) in the Republic of Croatia: Opportunities and challenges	Tema se fokusira na analizu IPO-a u Hrvatskoj, uključujući prednosti, izazove i regulatorne aspekte. Empirijski dio rada analizira nedavne IPO-e u Hrvatskoj. Posebna pažnja posvećuje se identificiranju prepreka koje otežavaju realizaciju IPO-a te njihovom utjecaju na privlačenje ulagača. Rad također istražuje sektore s najvećim potencijalom za IPO i ključne faktore uspješnosti.	prof. dr. sc.	Pekanov	Dubravka	1. prof. dr. sc. Ivo Mijoč, predsjednik 2. prof. dr. sc. Dubravka Pekanov, članica 3. prof. dr. sc. Ivana Fosić, članica 4. izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, zamjenska članica

488	Web analitika	Novi	Uloga Google Analytics alata u praćenju učinka web stranice na primjeru X	The role of Google Analytics tools in monitoring website performance using the example of X	Rad analizira primjenu Google Analyticsa u praćenju performansi web stranice X. Fokus je na ključnim metrikama poput broja posjeta, izvora prometa, ponašanja korisnika i stope konverzije kako bi se podaci iskoristili za optimizaciju stranice i marketinške odluke. Teorijski dio objašnjava ulogu web analitike, pregled ključnih metrika (bounce rate, session duration, conversion rate) i značaj podataka. Empirijski dio prikazuje izvještaje Google Analyticsa za stranicu X, analizira performanse te daje preporuke za poboljšanje na temelju uočenih trendova i slabosti.	doc. dr. sc. univ. mag. oec.	Pap Vorkapić, Kovačević	Ana, Kristina	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
489	Web analitika	Novi	Uloga HotJar alata u praćenju učinka web stranice na primjeru X	The role of HotJar tools in monitoring website performance on the example of X	Rad istražuje primjenu alata HotJar u analizi korisničkog iskustva na web stranici X. Fokus je na funkcionalnostima poput toplinskih mapa, snimki sesija, anketa i povratnih informacija korisnika za unaprijeđenje navigacije, sadržaja i korisničkog iskustva. Teorijski dio objašnjava važnost alata za analizu ponašanja korisnika te pregledava funkcije HotJara, uključujući analizu klikova, pomicanja stranice i anketa. Empirijski dio analizira podatke iz toplinskih mapa i sesija korisnika kako bi identificirao probleme te predlaže konkretne preporuke za poboljšanje korisničkog iskustva i performansi stranice.	doc. dr. sc. univ. mag. oec.	Pap Vorkapić, Kovačević	Ana, Kristina	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franjković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

490	Web analitika	Novi	Primjena analitike korisničkog iskustva u optimizaciji web stranica i aplikacija	Application of user experience analytics in website and application optimization	Rad istražuje primjenu UX analitike za poboljšanje dizajna web stranica, aplikacija i marketinških kanala. Analiziraju se podaci iz alata poput Google Analyticsa i Hotjara za optimizaciju UX-a i donošenje dizajnerskih odluka. Fokus je na ključnim metrike poput stope napuštanja stranice, vremena na stranici i stope konverzije. Teorijski dio razmatra tehnike i alate za UX analitiku te ulogu podataka u optimizaciji korisničkog iskustva. Empirijski dio analizira ponašanje korisnika na konkretnim primjerima te predlaže poboljšanja za unapređenje UX-a temeljem prikupljenih podataka.	doc. dr. sc. univ. mag. oec.	Pap Vorkapić, Kovačević	Ana, Kristina	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
491	Web analitika	Novi	Razumijevanje potrošača kroz društvene mreže: Uloga sentiment analize	Understanding consumers through social media: The role of sentiment analysis	Rad istražuje primjenu sentiment analize za razumijevanje stavova potrošača na društvenim mrežama i oblikovanje marketinških strategija. Analiziraju se alati za prepoznavanje pozitivnih, negativnih i neutralnih stavova te njihova upotreba za optimizaciju odluka. Teorijski dio objašnjava tehnike sentiment analize, poput NLP-a, i važnost društvenih mreža u marketingu. Empirijski dio analizira podatke s društvenih mreža pomoću alata za sentiment analizu i primjenu rezultata u strategijama. Diskutira se o učinkovitosti takvih strategija u unapređenju donošenja marketinških odluka.	doc. dr. sc. univ. mag. oec.	Pap Vorkapić, Kovačević	Ana, Kristina	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica

492	Web analitika	Novi	Analitika e-trgovine: Mjerenje uspjeha i optimizacija prodajnih procesa na primjeru X	E-commerce analytics: Measuring success and optimizing sales processes on the example of X	Rad se bavi specifičnostima analitike e-trgovine, istražujući metrike kao što su stopa konverzije, prihod po posjetitelju i vrijednost narudžbi, s ciljem optimizacije prodajnih procesa i unapređenja korisničkog iskustva. Analizirat će se kako alate za web analitiku koristiti za bolje razumijevanje putovanja korisnika na web trgovini. Teorijski dio obuhvaća analizu osnovne metrike e-trgovine: conversion rate, average order value, revenue per visitor; analizu kanala koji generiraju najviše konverzija te strategije za povećanje konverzije u e- trgovini (cross-selling, up- selling). Empirijski dio obuhvaća analizu podataka o ponašanju korisnika na web trgovini, izradu izvještaja temeljenih na podacima za uspješnost prodaje (npr. koji proizvodi imaju najviše konverzija) te preporuke za optimizaciju prodajnih stranica odabranog primjera X.	doc. dr. sc. univ. mag. oec.	Pap Vorkapić, Kovačević	Ana, Kristina	1. doc. dr. sc. Dario Šebalj, predsjednik 2. doc. dr. sc. Jelena Franković, članica 3. doc. dr. sc. Ana Pap Vorkapić, članica 4. prof. dr. sc. Helena Štimac, zamjenska članica
-----	---------------	------	--	--	--	---------------------------------------	-------------------------------	------------------	---