



ekonomski
fakultet
sveučilište
u mostaru

Mostar Marketing Meeting



Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru

Online Regionalni susret katedri za marketing
2.10.2020.

Mostar Marketing Meeting

Znanstveni i nastavni rad na katedrama za marketing:
izazovi i perspektive

Mostar,
prosinac 2020.

Izdavač
Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru

Urednica publikacije
dr. sc. Marija Čutura

Grafička obrada i prijelom
Mette d.o.o., Mostar

Dizajn vizuala
Mostar Market Meeting
United Outdoor BH



Poštovane kolege,

na zajednički prijedlog Katedre za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i vodstva Hrvatske udruge za marketing – CROMAR, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru prihvatio je biti domaćin trećeg po redu regionalnog susreta katedri za marketing.

Nakon iskazivanja interesa o načinu organiziranja susreta, donijeta je zajednička odluka da se Regionalni susret katedri održi online. Susret je održan online dana 2.10.2020. godine, okupivši na jednom mjestu sudionike iz šest zemalja regije, dvadeset i dva fakulteta i ukupno šezdeset i šest profesora i asistenata s katedri za marketing. Ovim putem još jedanput svima zahvaljujemo na sudjelovanju.

Posebne zahvale kolegi, profesoru Matevžu Rraškoviću, na iznimno zanimljivom i inspirativnom uvodnom predavanju. Zahvale kolegama koji su predstavili svoje katedre i poslali prezentacije svojih katedri.

Zahvaljujemo upravi Ekonomskog fakulteta, posebice prodekanu i kolegi Igoru Živki, kao i našem kolegi Damiru Lucoviću na podršci.

Za idejno i grafičko rješenje Mostar Marketing Meeting-a zahvaljujemo gosp. Ivanu Glibi i njegovoj ekipi iz United Outdoor of Bosnia and Herzegovina.

U publikaciji koja je pred Vama sadržani su svi materijali sa online Regionalnog susreta katedri – Mostar Marketing Meeting - koju smo izradili s ciljem poticanja buduće suradnje u regiji.

Do ponovnog susreta, svako dobro!

Predsjednica i članovi organizacijskog odbora:
dr.sc. Marija Čutura, izvanredna profesorica
dr.sc. Sanja Bijakšić, redovita profesorica
dr.sc. Arnela Bevanda, redovita profesorica
dr.sc. Sandra Soče Kraljević, izvanredna profesorica
dr.sc. Sandra Jelčić, docentica



Uvodna riječ i zahvale

1. Program Online Regionalnog susreta katedri za marketing – Mostar Marketing Meeting	5
2. Najava uvodnog predavanja – Dr. Matevž Rašković, Victoria University of Wellington, New Zealand	6
2.1. Prezentacija Uvodnog predavanja: „Big questions and grand challenges for marketing scholars: the wicked problem conundrum“	7
3. Prezentacije katedri za marketing/smjerova marketinga/modula iz marketinga	
3.1. Katedra za marketing menadžment i odnose s javnošću, Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu	12
3.2. Smjer marketing, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, Sveučilište u Dubrovniku	17
3.3. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.....	25
3.4. Marketing moduli, Pomorski fakultet Kotor, Univerzitet Crne gore.....	30
3.5. Marketing Department at School of Economics and Business, University of Ljubljana..	32
3.6. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci.....	37
3.7. Smjer marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru.....	47
3.8. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu	52
3.9. Katedra za marketing, Fakultet za menadžment u turizmu i hotelijerstvu, Opatija, Sveučilište u Rijeci.....	57
3.10. Smjer marketing, Katedra za poslovnu ekonomiju i menadžment, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu	63
3.11. Katedra za marketing, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.....	67
3.12. Marketing Department, Faculty of Economics and Business, University of Maribor	72
3.13. Marketing moduli, Ekonomski fakultet Podgorica, Univerzitet Crne Gore.....	76
3.14. Marketing Department, Faculty of Economics Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje	83
3.15. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu	88
3.16. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Sarajevu	103
3.17. Uža naučna oblast marketing, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli.....	113
3.18. Katedra za marketing, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Bihaću.....	117



Online Meeting/Panel: 2/10/2020
10.00 - 13.30

Znanstveni i nastavni rad na katedrama za marketing: izazovi i perspektive

Prvi dio Meeting/Panel-a: 10.00 - 11.00

Otvaranje panela – pozdravno obraćanje sudionicima

Keynote

Dr Matevž Rašković, Victoria University of Wellington, New Zealand:

Big questions and grand challenges for marketing scholars: the wicked problem conundrum

Panel na temu

Drugi dio Meeting/Panel-a: 11.15 - 13.30

Predstavljanje katedri (prema redoslijedu u tablici):

11.15 - 12.15	12.30 - 13.30
1. Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu	1. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu
2. Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, Sveučilište u Dubrovniku	2. Fakultet ekonomije i turizma, Sveučilište u Puli
3. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Osijeku	3. Ekonomsko-poslovni fakultet, Univerzitet u Mariboru
4. Pomorski fakultet Kotor, Univerzitet Crne Gore	4. Ekonomski fakultet u Podgorici, Univerzitet Crne Gore
5. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Ljubljani	5. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Skoplju
6. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci	6. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
7. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru	7. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Sarajevu
8. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu	8. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli
Panel na temu	Panel na temu

Napomena: Puni nazivi institucija su skraćeni za potrebe Programa. Puni nazivi svakako će biti navedeni u e-publikaciji.



Keynote

“Big questions and grand challenges for marketing scholars: the wicked problem conundrum”

Marketing increasingly operates in a world of so-called “wicked problems” which have important onto-epistemological implications for marketing scholars and pose profound challenges for practitioners and policy making. This short keynote will apply the logic of wicked problems to contextualize some of the challenges faced by marketing scholars in their research, teaching and interactions with practice. By zooming out and trying to understand “the big picture”, we will also examine how marketing can be at the forefront in addressing some the big questions at the nexus of business and society, with consideration for both research and teaching.



Dr Matevž Raškovič,

Victoria University of Wellington, New Zealand

Matevž, or Matt as he has come to be known in New Zealand, is a Senior Lecturer in international business at Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington, New Zealand where he is also the Director of Learning and Teaching at the School of Marketing and International Business. He got his PhD degree from University of Ljubljana and was a Fulbright postdoc at Harvard University, FAS Sociology. He is also a habilitated associate professor of international business at University of Ljubljana and a visiting professor at Zhejiang University International Business School in China. His research intersects international business, marketing and economic sociology. Matt has published in the Journal of Business Research, Journal of Business & Industrial Marketing, Multinational Business Review, AIB Insights and Journal of East European Management Studies. He is also the co-author of “Understanding a Changing China: Key Issues for Business” (Routledge, 2017). Matt is Vice-President Marketing of the Australia and New Zealand International Business Academy (ANZIBA), a Board member of the AIB-CEE chapter and of the Confucius Institute Ljubljana. He is a Senior Editor at the European Journal of International Management and an editorial review board member with Multinational Business Review, International Journal of Emerging Markets and Journal of East European Management Studies. He is the recipient of the 2019 Victoria University of Wellington Teaching Excellence Award and received a Best Reviewer Award at the 2020 annual Academy of International Business conference. His research and teaching are guided by Albert Einstein’s philosophy of “passionate curiosity” and he is an economic sociologist at heart.





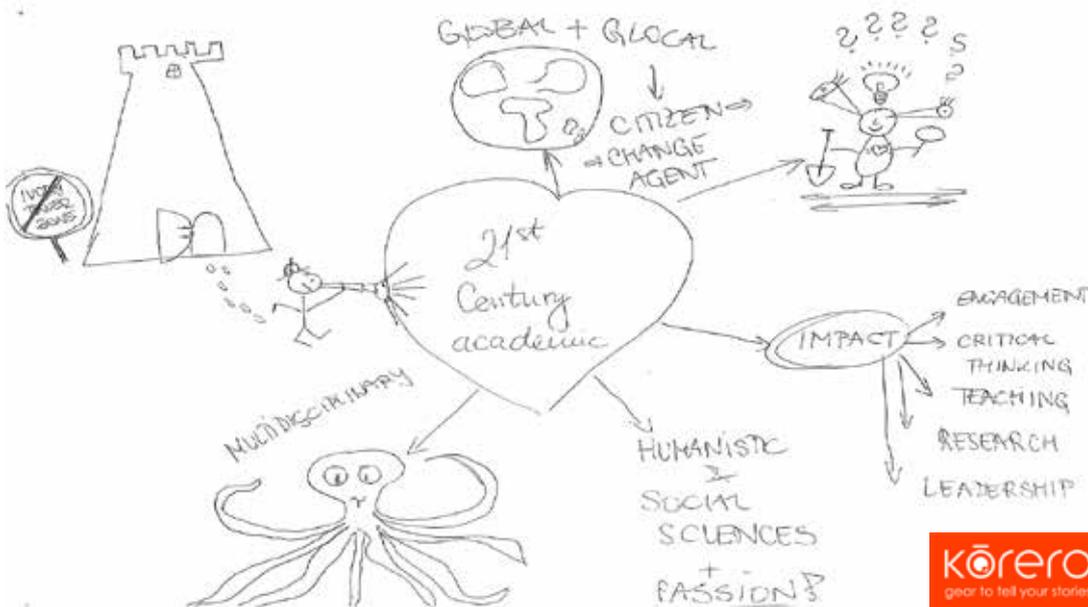
“Big questions and grand challenges for marketing scholars: the wicked problem conundrum”

Matevz (Matt) Raskovic

Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington

School of Marketing and International Business

E-mail: matt.raskovic@vuw.ac.nz



Declaring my biases

1. An international business scholar

2. An economic sociologist at heart

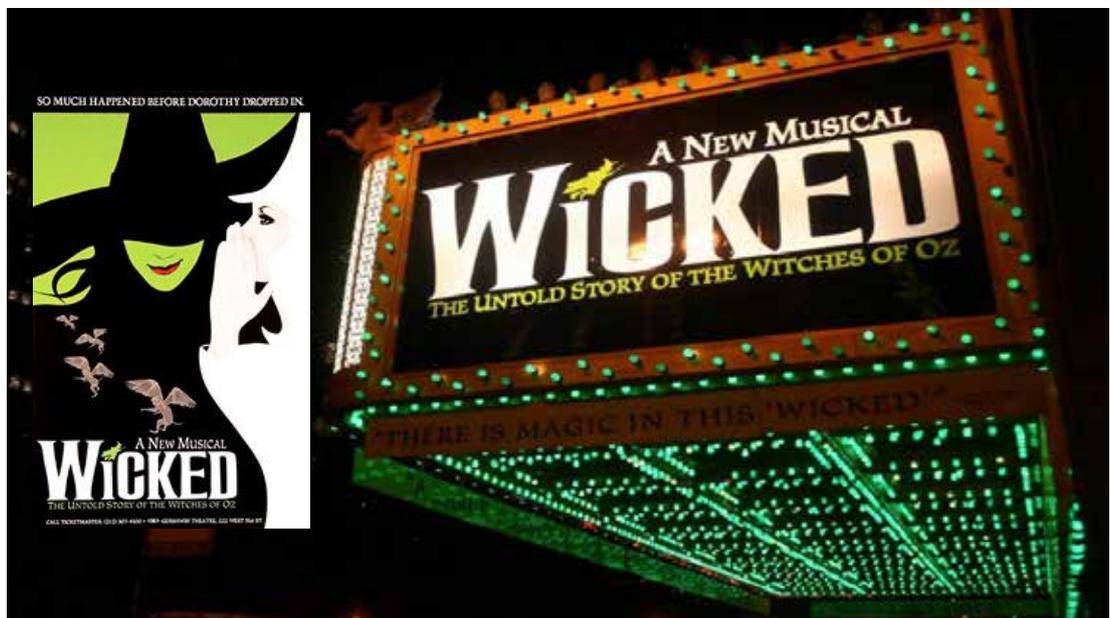
3. An ‘outsider’



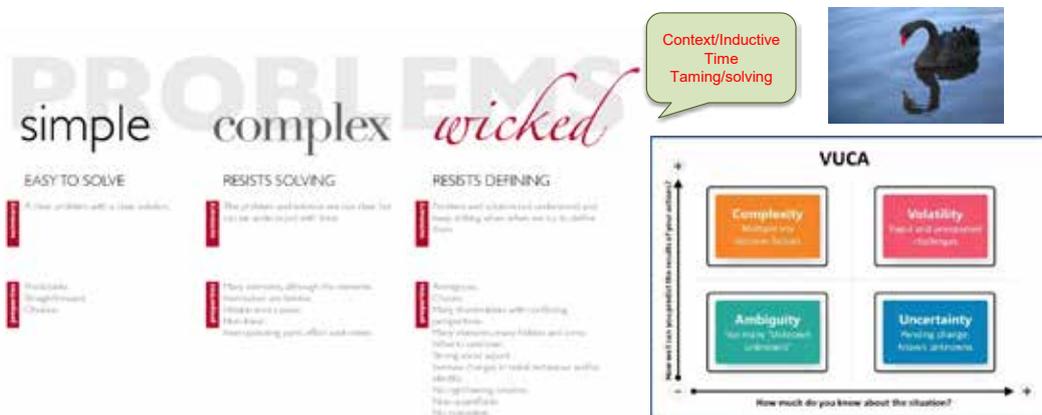
Structure of today's keynote



4



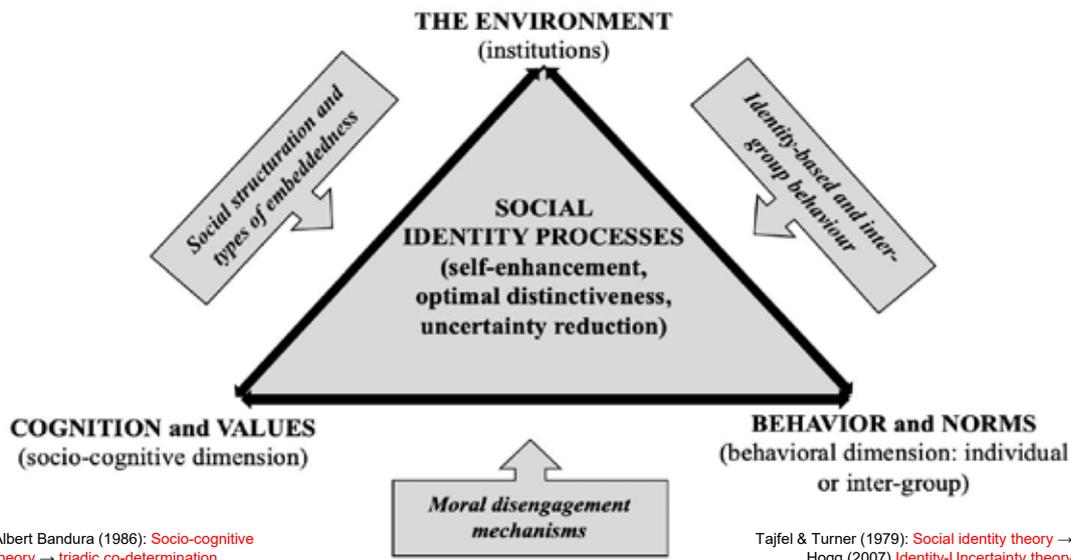
From wicked problems to super-wicked VUCA times



Check it out: Peters, B. G. (2017). What is so wicked about wicked problems? A conceptual analysis and a research program. *Policy & Society*, 36(3), 385-396.

6





Triadic co-determination: examples

Sephora First To Accept '15% Pledge', Dedicating Shelf-Space To Black-Owned Businesses



Brands & social agency



Marketing & social change

Apple and Google named in US lawsuit over Congolese child cobalt mining deaths



Moral disengagement 8

and then...

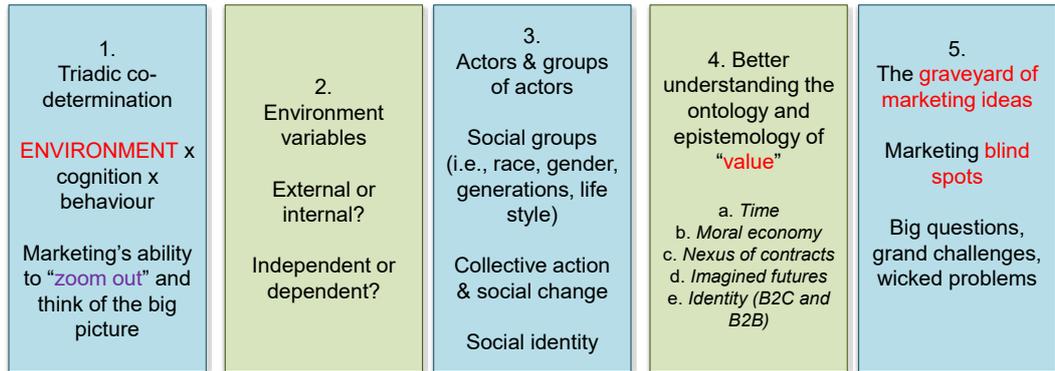


VUCA world

Wicked problems

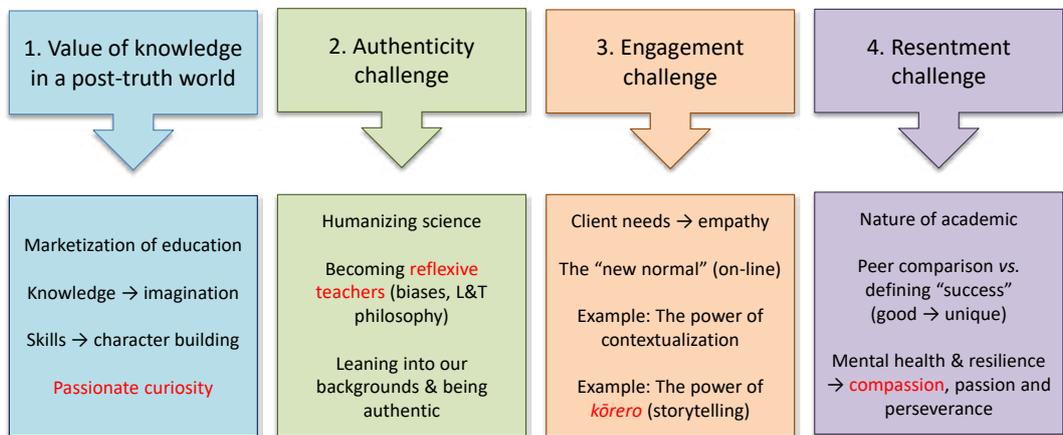


Some challenges for the marketing discipline

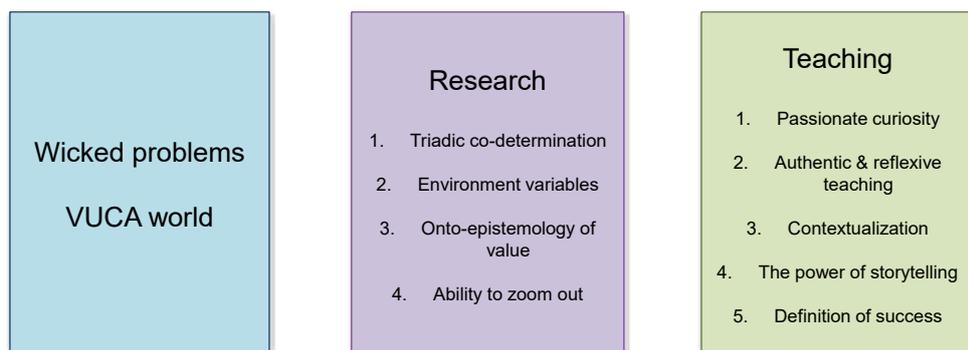


10

Some challenges in marketing teaching

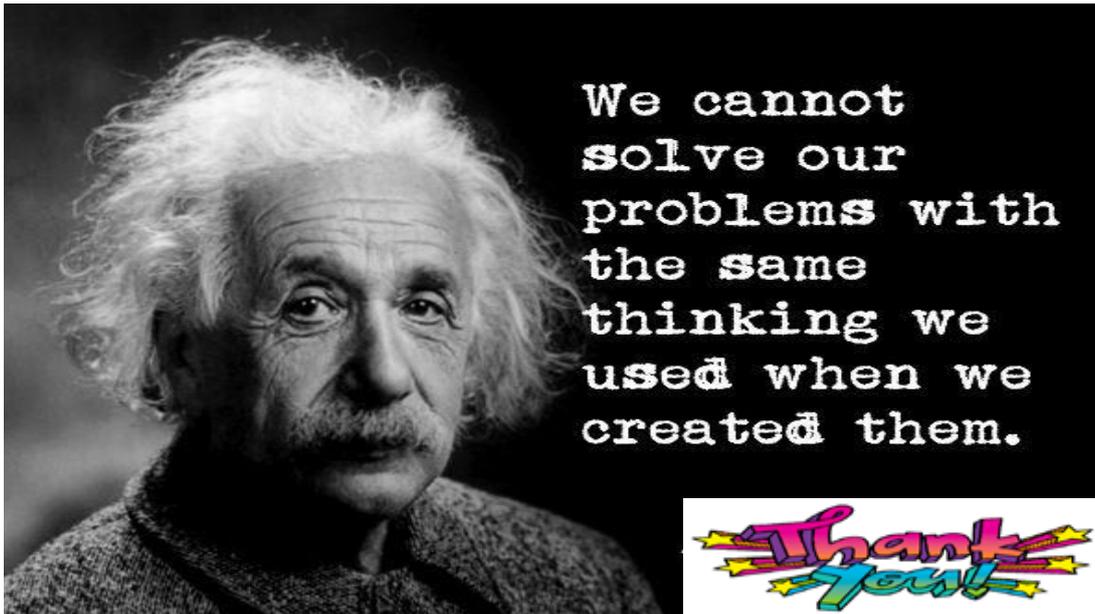


To sum up



12





Challenges in publishing research from the region

- Constraints and **scaling one's research** + peer support & champions
- Filling gaps in the literature vs. understanding the gaps
- Replication vs. implications (**so what?**)
- Framing our research (good enough → interesting enough → valuable/insightful enough)
- Often determined by method not theory driven
- The ability to **join conversations** and **speak to different audiences** (i.e., niche topics, interdisciplinarity)
- Educating reviewers and readers (knowledgeable reviewers and editors)
- Knowing **how to ask for things** and address reviewer/editor concerns
- Crafting our papers (i.e., copyediting, **hooks**, phenomena, counter points, “hot topics”)



14

- YouTube link za snimljeno Uvodno predavanje: <https://youtu.be/ZqVV0bFibY8>

15





KATEDRA ZA MARKETING MENADŽMENT I ODNOSE S JAVNOŠĆU

Univerzitet u Beogradu
Fakultet organizacionih nauka
Jove Ilića 154
11000 Beograd, Srbija
www.fon.bg.ac.rs



Prof. dr Milica Kostić-Stanković

- Redovni profesor i šef Katedre za marketing menadžment i odnose s javnošću, Univerziteta u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka.
- Autor i koautor je sedamnaest knjiga o upravljanju marketingom i korporativnim komunikacijama, kao i autor šest monografija. Takođe je autor više od 150 naučnih radova iz oblasti menadžmenta i komunikacija.
- Član je različitih saveta, kao što su: Savet Mašinskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, Savet pravnih i ekonomskih nauka i programa Univerziteta u Beogradu i Savet studijskog programa Menadžment u zdravstvenom sistemu Univerziteta Beograda. Takođe, je član Komisije za odnose sa javnošću Univerziteta u Beogradu.
- Trenutno je koordinator jednog EU projekta, član dva druga EU projekta, kao i rukovodilac projekta: Strategija korporativnih komunikacija, NIS Gazprom.

E-mail: milica.kostic-stankovic@fon.bg.ac.rs



Prof. dr Velimir Štavljanin

- Velimir Štavljanin je redovni profesor na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću.
- Fokus naučnog i stručnog rada obuhvata digitalni marketing, brend menadžment, menadžment proizvoda, marketing istraživanja i multimedijalne tehnologije.
- Objavio je preko 140 naučnih radova u međunarodnim i domaćim monografijama, časopisima i zbornicima sa konferencija.
- Recenzent je u domaćim i međunarodnim časopisima od kojih su neki i na SCI listi (*Innovation: Organization & Management* i *International Journal of Engineering Education – IJEE*). Član je uredništva časopisa Info M, Marketing (M51) i Management (M24).
- Učestvovao je u relizaciji većeg broja projekata za organizacije iz Srbije i okruženja.
- Član je Srpskog udruženja za marketing – SEMA, Akademije za marketing – AM (*Academy of Marketing*) i Američke marketing asocijacije – AMA (*American Marketing Association*).

E-mail: velimir.stavljanin@fon.bg.ac.rs





Prof. dr Vesna Damjanovic



Profesorka i direktorka svetskog takmičenja BBICC – rangiranog top 10 u svetu.



Mentor poredničke ekipe u Atini i drugo mesto u Evropi, maj 2020 na takmičenju P&G CEO Challenge. Studenti će razvijati brand inovaciju u Švajcarskoj



Studenti Case Study Club-a FON-a: osvojili su drugo mesto na svetskom takmičenju RSM STAR Online Case Competition 2020 u rešavanju studije slučaja u Rotterdamu u Holandiji, April 2020. Studija slučaja na temu marketing inovacija

TEACHING CASE STUDY
DIGITAL MARKETING STRATEGY OF ACCOR HOTELS: SHAPING THE FUTURE OF HOSPITALITY

Vesna Damjanovic
Bilka Lombari
Anastasia Vukic



Saradnja Srbija i Hrvatska pisanje studije slučaja
Link za preuzimanje studije slučaja:
<https://thm.fthm.hr/current-issue/category/57-vol26no1>



Prof. dr Slavica Cicvarić Kostić

•Profesor na Univerzitetu u Beogradu, FON, Katedra za marketing menadžment i odnose s javnošću

- Predavač na Univerzitetu u Bolonji, zajedničkom programu FON-a i *Middlesex University* iz Londona, Univerzitetu u Rijeci, Ljubljani, kao i Institutu za komunikacijske studije u Skoplju
- Autor monografija iz oblasti brendiranja i komunikacija
- Posедуje DIMAQ (*digital marketing qualification*) sertifikat od 2019. godine (IAB)
- Mentor studenata koji učestvuju na međunarodnim takmičenjima u rešavanju poslovnih studija slučaja
- Konsultant u oblasti marketinga i komunikacija i predavač na seminarima, treninzima i drugim edukativnim programima u oblasti marketinga, korporativnih komunikacija, brendiranja, digitalnih komunikacija (neki od klijenata *Banca Intesa*, *eFront/BlackRock*, Telekom Srbija, JP Elektroprivreda Srbije, Ministarstvo unutrašnjih poslova RS)
- Radila kao Direktor za razvoj poslovanja u međunarodnoj konsultantskoj kompaniji za komunikacije *Hauska&Partner International Communications* i kao Menadžer za odnose s javnošću u investicionoj kompaniji *MPC Properties*, čiji je strateški partner bila kompanija *Merrill Lynch*
- Član Upravnog odbora Društva Srbije za odnose s javnošću (2015-2019) i stručnog žirija za godišnja priznanja Društva Srbije za odnose s javnošću (2013-2016), UEPS-a (2014), *Effie Awards Serbia* (2019), *Social Impact* (2020)

Email: slavica.cicvaric.kostic@fon.bg.ac.rs



Prof. dr Tamara Vlastelica

- Tamara Vlastelica je vanredni profesor na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću.
- Njen naučni i stručni fokus su korporativne i medijske komunikacije, društveno odgovorni marketing i upravljanje reputacijom.
- Autor je i koautor sedam knjiga iz oblasti korporativnih komunikacija i velikog broja naučnih i stručnih radova.
- Doktorirala je na Univerzitetu u Beogradu na temu uticaja društveno odgovornog poslovanja na marketing i odnose s javnošću, a stručno se usavršavala i na *London Business School*.
- Angažovana je kao Savetnik za korporativne komunikacije nekoliko kompanija i Ekspert za komunikacije Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (UN FAO).
- Bila je Menadžer za korporativne poslove u kompaniji Coca-Cola Hellenic i Direktor marketinga i komunikacija u kompaniji Deloitte, zadužena za tržište Srbije, Crne Gore i Makedonije.

E-mail: tamara.vlastelica@fon.bg.ac.rs





Prof. dr Marija Jović

- Vanredni profesor na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću. *Predaje Marketing, Marketing istraživanje, Marketing strategije u onlajn okruženju i Strateške komunikacije.*
- *Naučne oblasti* u fokusu interesovanja su neuromarketing, digitalni marketing, marketing planiranje i marketing istraživanje u okviru kojih je objavila više naučnih radova u časopisima i na konferencijama.
- *Gostujući je profesor* na Univerzitetu umetnosti, Fakultetu muzičke umetnosti u Beogradu. Bila je konsultant na projektne Narodne skupštine Republike Srbije i učestvovala u naučnom više naučnih i stručnih projekata.
- Član je Evropske marketinške akademije (EMAC), Svetske asocijacije stručnjaka za istraživanje mišljenja i marketinga (ESOMAR), Srpskog udruženja za marketing (SEMA), Međunarodnog instituta za marketing stručnjake (IIMP) Udruženje neuromarketing nauke i poslovanja (NMSBA).

E-mail: marija.jovic@fon.bg.ac.rs



Doc. dr Branka Novčić Korać

- Docent na Univerzitetu u Beogradu, FON, Katedra za marketing menadžment i odnose s javnošću.
- Fokus naučnog i stručnog delovanja je u oblasti brend menadžmenta, odnosno razvoju brend identiteta i upravljanju imidžom brenda, posebno brendiranju područja.
- U oblasti brendiranja područja akademski se usavršavala u Italiji, Austriji i Sloveniji.
- Predavač na Univerzitetu u Milanu, zajedničkom programu FON-a i *Middlesex University* iz Londona, Univerzitetu Roma3 u Rimu, Univerzitetu u Gracu i u Ljubljani
- Stručni saradnik i rukovodilac projekata u oblasti marketinga i brend menadžmenta:
- *Tehnomanija d.o.o., Olimpijskog komiteta Srbije, Dunavskog centra za kompetencije, Ministarstvo poljoprivrede Republike Srbije, Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, Arheološkog parka Viminacium.*
- Saradnik je u konsultantskoj kući Horwath HTL Beograd.
- Suosnivač Centra za brendiranje područja, čija je osnovna delatnost savetovanje, edukacija i izrada projekata za unapređenje imidža i reputacije područja.
- Autor monografija i naučnih radova iz oblasti brendiranja.

E-mail: branka.novcic.korac@fon.bg.ac.rs



Doc. dr Milan Okanović

- Docent na Katedri za Marketing menadžment i odnose s javnošću
- Gost-predavača na Univerzitetu u Ljubljani (Fakulteta za Upravo)
- Predavač na Institutu za komunikacijske studije u Skoplju
- Član izvršnog odbora Belgrade Business International Case Competition
- Konsultant u oblasti tehnološkog preduzetništva i digitalnih komunikacija
- Osnivač tech-startapa Virtual Properties Studio
- Menadžer projekata u Istraživačko-razvojnom centru FON-a
- Mentor na takmičenjima u rešavanju poslovnih studija slučaja
- Osnivač Veslačkog kluba „Beogradski univerzitet“

E-mail: milan.okanovic@fon.bg.ac.rs





Dejana Milošev

- Asistent na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću, Univerziteta u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka.
- Autor i koautor je 30 naučnih radova iz oblasti menadžmenta i komunikacija.
- Član je Srpskog udruženja za marketing.
- Prethodno praktično radno iskustvo stekla je u internacionalnoj kompaniji *Retail Group Balkans*, radeći u marketing sektoru. Trenutno je angažovana kao spoljni saradnik marketing sektora kompanije *Smart Match Solutions*.
- Učestvovala je na nekoliko međunarodnih i nacionalnih projekata. Trenutno je saradnik na projektu: Strategija korporativnih komunikacija, NIS Gazprom.
- E-mail: dejana.milosev@fon.bg.ac.rs



Ema Gligorijević

- Asistent na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću, Univerziteta u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka
- Doktorant na Fakultetu organizacionih nauka u oblasti personalizacije korisničkog iskustva
- Član izvršnog odbora Belgrade Business International Case Competition
- Mentor studenata na takmičenjima u rešavanju poslovnih studija slučaja
- Autor i koautor brojnih radova iz oblasti marketinga i komunikacija
- Konsultant u oblasti marketinga i komunikacija i predavač na seminarima, treninzima i edukacijama
- Konsultant za marketing u kompaniji *Outrun*, konsultant za digitalnu transformaciju u kompaniji *Telegroup*

E-mail: ema.gligorijevic@fon.bg.ac.rs





Prof. dr Radmila Janičić

- Radmila Janičić je redovni profesor na Katedri za marketing menadžment i odnose s javnošću. Predaje Marketing i Strateški marketing.
- Oblasti interesovanja u naučnim radovima usmerene su na predmete koje predaje, kao i na marketing u kulturi i umetnosti.
- Zahvaljujući programu Erasmus bila je gostujući profesor na Sveučilištu u Splitu.
- Gostujući je profesor na Univerzitetu Mediteran, u Podgorici.
- Učestvovala je na međunarodnoj konferenciji ICED i učestvovala je na prvog regionalnoj katedri na Ekonomskom fakultetu, Sveučilišta u Zagrebu.
- Član je Srpskog udruženja za marketing, SEMA i Atinskog instituta za edukaciju i istraživanje, Atiner.

E-mail: radmila.janicic@fon.bg.ac.rs

- U sinergiji naših znanja, iskustava i interesovanja, razvijamo Katedru za marketing menadžment i odnose s javnošću, kroz nastavu i rad sa studentima, na svim nivoima studija, mentorstvima na osnovnim i poslediplomskim studijama, naučnim radovima, projektima, seminarima i konferencijama.





Odjel za EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

Smjer **MARKETING**

Sveučilište u Dubrovniku
2. listopada 2020.

Odjel za Ekonomiju i poslovnu ekonomiju

Smjer **MARKETING**

Članovi katedre za **MARKETING**

Preddiplomski studij – **smjer MARKETING**

Diplomski studij – **smjer MARKETING**

Poslijediplomski specijalistički studij

Poslijediplomski znanstveni studij –
Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju – **modul MARKETING**

Suradnja s drugim sveučilištima

Projekti, konferencije i časopisi



prof. dr. sc. Vesna Vrtiprah
vesna.vrtiprah@unidu.hr



izv.prof. dr. sc. Marija
Martinović
marija.martinovic@unidu.hr

izv.prof. dr. sc. Iris Mihajlović
iris.mihajlovic@unidu.hr



doc. dr. sc. Barbara Puh
barbara.puh@unidu.hr



prof. dr. sc. Ivana Pavlič
ipavlic@unidu.hr



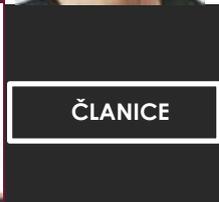
izv.prof. dr. sc. Marija
Dragičević Curković
marija.dragicevic@unidu.hr



izv.prof. dr. sc. Matea
Matic Šošić
matea.matic@unidu.hr



Ana Pušić, mag. oec.
ana.pusic@unidu.hr



ČLANICE





Preddiplomski studij – smjer **MARKETING**

Za buduće ...

MARKETING

menadžere

Studentima osiguravamo kvalitetnije komuniciranje i pozicioniranje na konkurentskom tržištu

Naglasak je na stjecanju znanja o vlastitim mogućnostima, sagledanih u okvirima unutarnjeg i vanjskog okruženja, kako bi se prepoznale nadolazeće prijetnje, a što bolje iskoristile prilike koje proizlaze iz kretanja u okruženju.

PREDDIPLOMSKI: 3 godine, Prvostupnik/ca poslovne ekonomije

Izvedbeni plan...

Kolegiji:

OBVEZNI KOLEGIJI	IZBORNI KOLEGIJI
OSNOVE MARKETINGA	UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA
PONAŠANJE POTROŠAČA	MARKETING NEPROFITNIH ORGANIZACIJA
INTERNETSKI MARKETING	MENADŽMENT PRODAJE
MEĐUNARODNI MARKETING	MARKETING U TURIZMU





Diplomski studij – smjer **MARKETING**

Za buduće ...

MARKETING

menadžere

Osposobljavamo za rad u različitim oblicima organizacija u privatnome ili javnom sektoru na poslovima koji uz pomoć marketinških kanala, marketinških informacija i tržišnih mogućnosti zahtijevaju osvajanje tržišta strateškim upravljanjem.

DIPLOMSKI: 2 godine

magistar/magistra poslovne ekonomije (mag. oec.)

Izvedbeni plan...

Kolegiji

OBVEZNI KOLEGIJI	IZBORNI KOLEGIJI
MARKETING MENADŽMENT	UPRVLJANJE CIJENAMA
MARKETINŠKO ISTRAŽIVANJE	INTEGRIRANA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA
UPRVLJANJE STRATEŠKIM MARKETINGOM	ODNOSI S JAVNOŠĆU
MARKETING USLUGA	
MARKETINŠKI KANALI	
UPRVLJANJE MARKOM	
ISTRAŽIVANJE TURISTIČKIH TRŽIŠTA (turizam)	
STRATEGIJE MARKETINGA U TURIZMU	



4.

Poslijediplomski specijalistički studij Poslijediplomski studij Upravljanje kvalitetom i održivim razvojem u turizmu

postani budući ...

Sveučilišni/a specijalist/specijalistica kvalitete i održivog razvoja (univ. spec. oec.)

Povezan je s potrebama turističkog gospodarstva za kadrovima koji su osposobljeni za upravljanje kvalitetom i održivim razvojem.

CILJ: povećati razinu svijesti o važnosti integralne kvalitete proizvoda turističke destinacije.

Osiguravamo savladavanje teoretskih kategorija iz područja upravljanja kvalitetom i održivim razvojem i pridonosimo stjecanju konkretnih znanja te vještina utemeljenih na kaizen poslovnoj filozofiji.

POSLIJEDIPLOMSKI SPECIJALISTIČKI STUDIJ: 1,5 godine

Akademski stupanj **Sveučilišni/a specijalist/specijalistica kvalitete i održivog razvoja (univ. spec. oec.)**





postani budući ...

DOKTOR znanosti

ekonomije

CILJ: pružiti svojim polaznicima znanja i vještine koja će ih učiniti konkurentnim u digitalnom gospodarstvu.

STRUKTURA: više tematski srodnih modula koji naglašavaju digitalnu transformaciju kao središnju nit vodilju u području poslovne ekonomije budućnosti.

TURIZAM, MARKETING, MENADŽMENT, MEĐUNARODNO POSLOVANJE I DIGITALNO POSLOVANJE

IZVOĐENJE: predviđeno na hrvatskom i engleskom jeziku.

POSLIJEDIPLOMSKI ZNANSTVENI STUDIJ: 3 godine, |

Akademski stupanj **doktora društvenih znanosti polje ekonomija**

postani budući ...

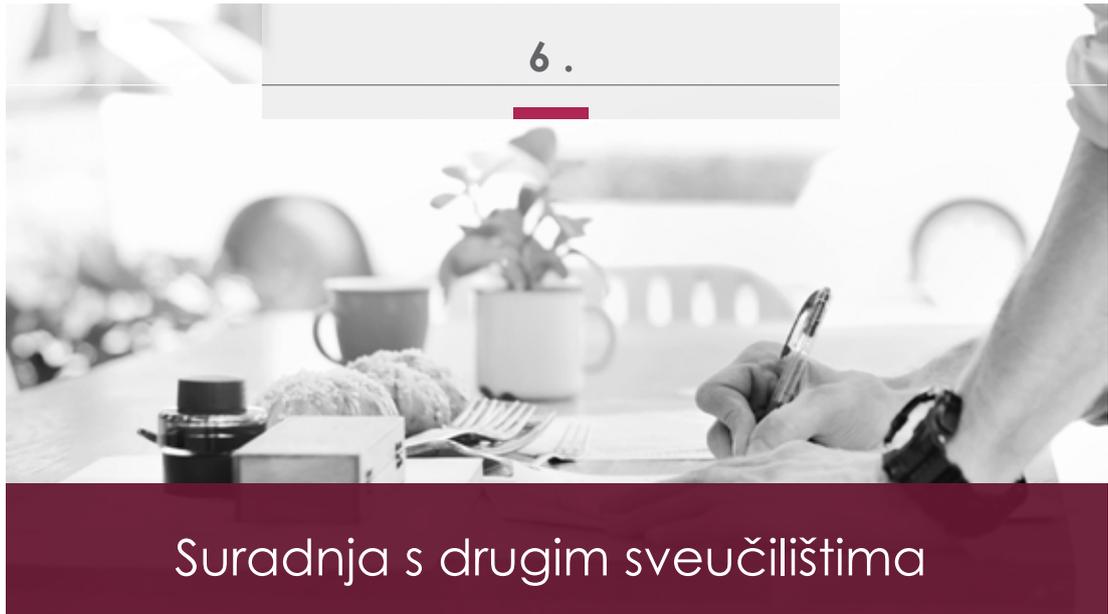
DOKTOR znanosti

Modul marketing – kolegiji

KOLEGIJ

Suvremene teorije marketinga
Marketinški kanali i suvremene tehnologije
Neuromarketing
Računovodstvene politike i upravljanje prodajom
Upravljanje odnosima s klijentima u digitalnom okruženju
Teorija digitalnog marketinga i društvenih medija
Strategija u kontekstu interaktivnosti marketinga
Istraživački smjerovi u upravljanju markom





suradnja...

Double degree diplomski studij

Sveučilište u Dubrovniku pokrenulo je Double Degree sveučilišne diplomske studije u suradnji s Sveučilištem u Palermu - prve takve studije u Hrvatskoj

Naši studenti provode jedan semestar na partnerskoj instituciji i stječu dvije diplome – i Sveučilišta u Dubrovniku i Sveučilišta u Palermu!



postani budući ...

DOUBLE DEGREE

Marketing – kolegiji

KOLEGIJ
Statistics for Economics & Business
Strategic Marketing Management
Financial Accounting
Financial Planning and Control
Marketing research





Projekti, konferencije i časopisi

Popis...

Projekti

- Razvoj i promocija Partnerskog vijeća za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Dubrovačko – neretvanske županije- OPERA II
- Mogućnosti reindustrijalizacije hrvatskog gospodarstva – REINDUCE
- Ruralna poučna, kulturno-etnografska turistička atrakcija
- Istraživanje trendova i kretanja posjetitelja u sklopu projekta „HERIT DATA“
- Edukacija osoba treće životne dobi o zaštiti i pravima potrošača“
- „Online kupovno ponašanje hrvatskih potrošača generacije Y“
- „Smanjenje rasipanja hrane opskrbom maloprodajnog lanca i upravljanjem prodavaonicom“.

studenti...

Projekti sa studentima

- DU motion - ISTRAŽIVANJE SUDIONIKA DU – motion RUNNERS' DAYS DUBROVNIK 2019.
- Lukjernica – izrada plana marketinške komunikacije za udruhu Lukjernica – Udruga za zaštitu prava psihijatrijskih pacijenata i unapređenje duševnog zdravlja i kvalitete života
- Lindo Dubrovnik – analiza web stranica i prijedlog plana marketinške komunikacije
- Izrada web stranica za lokalne obrtnike u suradnji sa HGK Dubrovnik
- Sudjelovanje na Case study Competition-u



organizacija...

Konferencije i časopisi

- DIEM - Dubrovnik International Economic Meeting
 - SINCERE - Smart Ideas and a New Concept of Economic Regeneration in Europe
 - Časopis Ekonomska misao i praksa
 - Časopis DIEM
-





Međukatedarski online susret Mostar marketing meet

Predstavljanje Katedre za marketing

EKONOMSKI FAKULTET U OSIJEKU

SVEUČILIŠTE J.J. STROSSMAYERA U OSIJEKU, EKONOMSKI FAKULTET U OSIJEKU

Članovi katedre i područja interesa

Predsjednica katedre: prof.dr.sc. Mirna Leko Šimić

Redoviti profesori:

- Prof.dr.sc. Mirna **Leko-Šimić** – Međunarodni marketing, neprofitni marketing
- Prof.dr.sc. Drago **Ružić** – Marketing u turizmu i ugostiteljstvu
- Prof.dr.sc. Zdravko **Tolušić** - Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda
- Prof.dr.sc. Marija **Ham** – Marketing, Istraživanje tržišta
- Prof.dr.sc. Davor **Dujak** – Trgovina i logistika

Izvanredni profesori:

- Izv.prof.dr.sc. Antun **Biloš** - Digitalni marketing, E-trgovina
- Izv. prof.dr.sc. Mladen **Pancić** – Upravljanje markama, IMK
- Izv.prof.dr.sc. Helena **Štimac** - Međunarodno poslovanje, Ponašanje potrošača
- Izv.prof.dr.sc. Davorin **Turkalj** – Multimedijalni marketing, Digitalno oglašavanje

Članovi katedre i područja interesa

Docenti:

- doc.dr.sc. Ivan **Kelić** – Marketing u turizmu, Upravljanje marketingom, M- marketing
- doc.dr.sc. Ana **Pap** – Politički marketing

Suradnička zvanja / asistenti:

- dr.sc. Jelena **Franjković** - Marketing trgovine, Upravljanje cijenama
- Bruno **Budimir**, mag.oec. – Digitalni marketing i povezani kolegiji



... U kratkim crtama

- Duga tradicija postojanja smjera
- U vrhu po broju upisanih studenata prema smjerovima
- Revidirani studijski program 2015./2016.
- Vertikalni nastavak obrazovanja

... U kratkim crtama

Preddiplomski studij – Opći smjer (novi)

Diplomski studij

1. smjer Marketing
2. smjer Trgovina i logistika

Poslijediplomski specijalistički studij

1. Marketing posebnih područja – upis 14. generacije u tijeku

Programi stručnog usavršavanja

1. Seminar za turističke vodiče i voditelje poslovnica

Temeljni podaci

2018./2019. na **EFOS-u** je bilo upisano **176** studenata na **preddiplomski sveučilišni studij Marketing** (83 redovnih + 93 izvanrednih) i **162** studenta na **diplomski sveučilišni studij Marketing** (83 redovnih + 79 izvanrednih).

U akademskoj godini 2018./2019. prosječna ocjena studenata na preddiplomskom sveučilišnom studiju Marketing je bila 3,375 (redovni) i 2,773 (izvanredni).

U istoj godini je prosječna ocjena studenata na diplomskom sveučilišnom studiju Marketing bila 3,938 (redovni) i 2,937 (izvanredni).



Naši studenti i tržište rada



Suradnje s gospodarstvom

- Ravlić case study
- Žito case study competition
- Slavonska košarica
- Strateški planovi razvoja – Općina Bilje
- Sektorske analize - VSŽ
- Centar kompetencija – ishodi za sektor turizma i ugostiteljstva

Nagrađivani nastavnici

Članovi katedre se kontinuirano nalaze među 10 najbolje ocjenjenih nastavnika prema sveučilišnoj anketi koja se provodi među studentima

JEDINSTVENA SVEUČILIŠNA STUDENTSKA ANKETA

Jedinstvena Sveučilišna Studentska Anketa za akademsku 2018./2019. godinu

Dragi studenti i članovi akademske zajednice,

pred vama je prikaz rezultata Jedinstvene sveučilišne studentske ankete provedene tijekom rujna i listopada 2019. godine na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. U anketi su i ove godine evaluirani predmeti, nastavnici i suradnici sa svih godina svih znanstveno-funkcijsko-nastavnih sastavnica Sveučilišta.

Studentska anketa predstavlja integralni dio procesa vrijednovanja nastave, a provodimo je zato što je uopće Sveučilišta i svim članovima akademske zajednice važno aktivno sudjelovanje studenata u edukacijskom procesu, važno nam je pratiti i podržavati stibar rad naših nastavnika, ali i na vrijeme uočavati probleme i kritične točke te, kroz rezultate i analizu ankete, transparentno predstaviti mišljenja studenata o studiju i nastavnicima.

Uprava Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Anketa 2018./2019. u brojkama



Sudjelovanje u strukovnim udruženjima



International Association
on Public and Nonprofit
Marketing (IAPNM)

Studentska udruga



Međukatedarske suradnje

- Marija Čutura (EF Mostar) - zajedničko uključivanje u međunarodno istraživanje uloge društvenog marketinga u području konzumacije alkohola mladih (rad na EMAC Regional, planiran rad u časopisu); Dubravka Sinčić Ćorić (EFZG) - gost predavač na temu brendiranja države
- Damir Dobričić i Iva Gregurec (CRODMA, časopis, suorganizacija)
- EFZG - suradnja na kolegiju "E-mail marketing"
- Marija Čutura, održano online predavanje na temu: "Jesi li prepoznatljiv(a) online?"
- Velik broj suradnji u stvaranju 😊





LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/turkalj/>



E-mail

davorin@efos.hr



Web

<http://www.efos.unios.hr/dturkalj/>



Naučni i nastavni rad na katedrama za marketing: izazovi i perspektive

Online Meeting/Panel: 2/10/2020 10.00h.

Izlagač: Doc. dr Senka Šekularac Ivošević
Pomorski fakultet Kotor UCG

O Fakultetu

POMORSKI FAKULTET KOTOR UNIVERZITETA CRNE GORE ima jednu od najdužih tradicija visokog obrazovanja u Crnoj Gori - već više od **60 godina** obrazuje pomorce i prateći kadar. Studijski programi usklađeni sa savremenim svjetskim standardima obrazovanja pomorskog kadra.

Realizacija studija na Pomorskom fakultetu Kotor u skladu je sa principima **Bolonjske deklaracije** i obuhvata:

- ▶ *osnovne akademske studije* - 6 semestara (180ECTS),
- ▶ *master studije* - 4 semestra (120ECTS), i
- ▶ *doktorske studije* - 6 semestara (180ECTS).

Kadrovsku strukturu Pomorskog fakulteta Kotor čini:

- 12 docenata, vanrednih i redovnih profesora
- 11 saradnika u nastavi, stručnih saradnika, laboranata
- 14 članova nenastavnog osoblja i
- značajan broj spoljnih saradnika sa Univerziteta Crne Gore i šire.

Studijski programi

▶ *Osnovni akademski studijski programi:*

- Nautika i pomorski saobraćaj
- Brodomaštinstvo
- Pomorska elektrotehnika
- **Menadžment u pomorstvu i logistika** ←

▶ *Master programi:*

- Pomorske nauke ←
- **Menadžment u pomorstvu i logistika** ←

▶ *Doktorski programi:*

- Pomorske nauke ←
- **Menadžment u pomorstvu i logistika**



Naučno-istraživački rad

- ▶ Preko **100 objavljenih naučnih radova** u relevantnim časopisima u bazama SCI, SCIE, SSCI, A&HCI.
- ▶ Brojni nacionalni, bilateralni i **međunarodni projekti**: ERASMUS+ , EUREKA, TEMPUS MARED, HERD, HERIC projekti , IPA projekat Knowledge Transfer i drugi.
- ▶ Dio naučno-istraživačkog rada odvija se u **Centru za istraživanje i inovacije**.
- ▶ Saradnja sa brojnim privrednim subjektima i javnim institucijama.
- ▶ Pomorski fakultet Kotor je **organizator** i suorganizator **međunarodnih konferencija**.

Naučna oblast: Marketing u pomorstvu

PFK POMORSKI
FAKULTET
KOTOR

- ▶ Predavanja iz naučne oblasti Marketing u pomorstvu odvijaju se u okviru studijskog programa - **Menadžment u pomorstvu i logistika** i kao izborni predmeti na studijskim programima: Nautika i pomorski saobraćaj, Brodomaštinstvo i Pomorska elektrotehnika.
- ▶ **Proces studiranja** podrazumijeva:
 - teorijska predavanja i vježbe uz primjenu video materijala i prezentacija
 - gostujuća predavanja stručnih saradnika,
 - savremeni vid edukacije putem platforme Moodle za učenje na daljinu,
 - radne posjete privrednim subjektima iz oblasti pomorstva (luke, marine, agencije za pomorce, broderske kompanije, itd).
- ▶ **PREDMETI** iz oblasti Marketing u pomorstvu na Pomorskom fakultetu Kotor:
- **Osnovne studije:**
 - Marketing usluga u pomorstvu,
 - Marketing u pomorstvu,
 - Istraživanje pomorskog tržišta.
- **Postdiplomske studije:**
 - Benčmarking poslovanja u pomorstvu,
 - Digitalni marketing u pomorstvu.
 - Strategija pozicioniranja u pomorstvu.
- **Doktorske studije**
 - Međunarodni marketing.

Područja buduće saradnje

- ▶ Partnerstva u internacionalnim **naučno-istraživačkim projektima** iz oblasti Marketinga.
- ▶ Povezivanje visokoobrazovnih ustanova sa privrednim subjektima radi **rješavanja praktičnih problema iz poslovanja**.
- ▶ Organizovanje **naučnih skupova i konferencija**.
- ▶ Partnerstvo u **izdavanju naučnih časopisa** iz interesnih oblasti.
- ▶ Organizovanje **ljetnjih škola i studentskih takmičenja i konferencija**.
- ▶ Učešće u **programima mobilnosti** (razmjene) studenata i (ne) akademskog osoblja i gostujuća **predavanja**.

University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MARKETING DEPARTMENT AT SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS, LJUBLJANA UNIVERSITY

EFSUM marketing meeting, 2. October 2020

Prof.dr. MAJA KONEČNIK RUZZIER



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS, LJUBLJANA UNIVERSITY - SEB LU

- ✓ SEB LU - national leader and an internationally recognised academic and research institution in the fields of business and economics.
- ✓ Triple accredited school
- ✓ The SEB LU student community is the largest student community in Slovenia with passing on knowledge from the area of economics and business to over 4,700 SEB LU students per year.



- ✓ The SEB LU has over 2,000 international students.



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MARKETING AT SEB LU

- ✓ Two undergraduate Bologna 3+ programmes: 12 specialisations in the University Degree Programme in Business and Economics and 10 specialisations in the Professional Degree Programme in Business Administration (marketing specialisation on both programmes; in Slovenian and English language)
- ✓ On the graduate level: 18 Bologna 2+ programmes (marketing programme in English language)
- ✓ 4+ Doctoral Programme in Economics and Business (marketing track in English)
- ✓ Other programmes: 3 undergraduate & 6 graduate Double Degree Programmes; MBA programme; Summer School – Take the Best from East & West



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MARKETING DEPARTMENT AT SEB LU

- ✓ Biggest marketing department in Slovenia
- ✓ 12 employees (majority are professors)
- ✓ Our philosophy: to cover different areas in marketing
- ✓ Involved in several research & business projects
- ✓ High international research excellence/recognition



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MEMBERS OF THE MARKETING DEPARTMENT

Prof. dr. Maja Konečnik Ruzzier,
Department Chair

Prof. dr. Tomaž Kolar,
Department Vice Chair

Prof. dr. Irena Vida

Prof. dr. Mateja Kos Koklič

Prof. dr. Vesna Žabkar

Ass. prof. dr. Mateja Bodlaj

Prof. dr. Tanja Dmitrović,
Vicerektor of University of Ljubljana

Ass. prof. dr. Barbara Culiberg

Prof. dr. Barbara Čater

Petar Gidakovič, *research
asistant*

Asist. Patricia Fux

Mila Zečević, *young researcher*



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MAIN RESEARCH AREAS

- ✓ Maja Konečnik Ruzzier: branding, destination marketing, sustainability
- ✓ Tomaž Kolar: consumer experiences, UGC on SM, neuromarketing
- ✓ Irena Vida: cross-cultural consumer behavior, retail management, marketing strategies
- ✓ Vesna Žabkar: sustainability, marketing accountability, international marketing
- ✓ Tanja Dmitrović: marketing channels, industrial organization, industrial policy
- ✓ Barbara Čater: business relationships, sustainability, sharing economy
- ✓ Mateja Kos Koklič: sustainable and responsible consumption, sharing economy, digital piracy
- ✓ Mateja Bodlaj: marketing in small and medium-sized enterprises; innovation, marketing capabilities
- ✓ Barbara Culiberg: sharing economy, pro-environmental consumer behaviour, consumer ethics
- ✓ Patricia Fux: sustainable consumer behavior, sustainable (marketing) strategies
- ✓ Petar Gidakovič: branding, crisis management, customer relationship management



University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MAIN PUBLICATIONS (1. part)

- Konečnik, M., Gartner, W.C. Customer-based brand equity for a destination. *Annals of Tourism Research*, 2007, vol. 34, no. 2, 400-421.
- Terglav, K., Konečnik Ruzzier, M., Kaše, R. Internal branding process : exploring the role of mediators in top management's leadership-commitment relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 2016, vol. 54, 1-11.
- Kolar, T. Conceptualising tourist experiences with new attractions : the case of escape rooms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2017, vol. 29, iss. 5, 1322-1339.
- Kolar, T., Erčulj, V., Weis, L. Multigroup validation of the service quality, customer satisfaction and performance links in higher education. *The Service Industries Journal*, 2019, vol. 39, iss. 13/14, 1004-1028.
- Arslanagic-Kalajdzic, M., & Zabkar, V. (2017). Is perceived value more than value for money in professional business services? *Industrial Marketing Management*, 65, 47-58.
-  Kadic-Maglajlic, S., Arslanagic-Kalajdzic, M., Micevski, M., Dlacic, J., & Zabkar, V. (2019). Being engaged is a good thing: Understanding sustainable consumption behavior among young adults. *Journal of Business Research*, 104, 644-654.
-  Čater, T., Čater, B. Product and relationship quality influence on customer commitment and loyalty in B2B manufacturing relationships. *Industrial Marketing Management*, 2010, vol. 39, no. 8, 1321-1333.
- 

University of Ljubljana

SEB SCHOOL OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

MAIN PUBLICATIONS (2. part)

- Čater, B., Čater, T., Prašnikar, J., Ivašković, I. Environmental strategy and its implementation: What's in it for companies and does it pay off in a post-transition context?. *Journal of East European Management Studies*, 2018, vol. 23, no. 2.
- Kos Koklič, M., Golob, U., Podnar, K., Žabkar, V. The interplay of past consumption, attitudes and personal norms in organic food buying. *Appetite*, 2019, vol. 137, 27-34.
- Golob, U., Podnar, K., Kos Koklič, M., Žabkar, V. The importance of corporate social responsibility for responsible consumption : exploring moral motivations of consumers. *Corporate social-responsibility and environmental management*, 2019, vol. 26, no. 2, 416-423.
- Bodlaj, M., Kadic-Maglajlic, S., & Vida, I. (2020). Disentangling the impact of different innovation types, financial constraints and geographic diversification on SMEs' export growth. *Journal of Business Research*, 108, 466-475.
- Bodlaj, M. & Čater, B. (2019). The impact of environmental turbulence on the perceived importance of innovation and innovativeness in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57 (S2), 417-435.
-  Culiberg, B., & Bajde, D. (2014). Do you need a receipt? Exploring consumer participation in consumption tax evasion as an ethical dilemma. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 271-282.
-  Jamšek, S., & Culiberg, B. (2020). Introducing a three-tier sustainability framework to examine bike-sharing system use: An extension of the technology acceptance model. *International Journal of Consumer Studies*, 44(2), 140-150.
- 

CONCLUSION

- ✓ Invite your students to visit and study at our school (undergraduate, graduate, PhD study, summer school etc.)
- ✓ Open for research & other collaboration with you and your university





SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

KATEDRA ZA MARKETING

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci



uniri



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

2

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

Članovi





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

3

Izvanredne profesorice

Izv. prof. dr. sc. Ivana First Komen, pročelnica katedre
Izv. prof. dr. sc. Jasmina Dlačić

Docentica

Doc. dr. sc. Maja Vujičić

Asistenti – doktorandi pri SEB

Nina Grgurić Čop, mag.oec.
Matia Torbarina, mag. psih.

University of Ijubjana



Asistentica

Katarina Šebalj, mag.oec.



Profesor emeritus

Dr. sc. Bruno Grbac

Pridruženi članovi

Izv. prof. dr. sc. Lara Jelenc
Izv. prof. dr. sc. Dunja Škalamera Alilović
Darija Maravić, mag. oec.



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

4

Nastava





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

5

Kolegiji

	OBVEZNI	IZBORNI
PREDDIPLOMSKI	Marketing Marketing (engleski jezik)	Upravljanje markama
DIPLOMSKI	Integrirana marketinška komunikacija	Marketing usluga
	Ponašanje potrošača	Market research
	Poslovni marketing International marketing Istraživanje tržišta Strateški marketing menadžment	



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

6

Za nastavak studija - PSS

Marketing menadžment

Upravljanje poslovnim uspjehom

	OBVEZNI	IZBORNI
POSLIJEDIPLOMSKI SPECIJALISTIČKI STUDIJ	Proces marketinga	Neprofitni marketing
	Simulacija marketinga	Strateško upravljanje markama
	Marketing menadžment u lokalnoj samoupravi	
	Marketinško odlučivanje	
	Strateški marketing menadžment	
	Marketing informacijski sustav	
	Politika marketing miksa	





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

7

Doktorski studij

POSLIJEDIPLOMSKI DOKTORSKI STUDIJ

IZBORNI

Metrika marketinga
Odabrane teme iz poslovne ekonomije
Strateški marketing u javnom sektoru
Primjena kvantitativnih i kvalitativnih
metoda istraživanja u poslovnoj
ekonomiji
Strateški marketing



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

8

Istraživački i stručni projekti 2019-2020





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

9

Istraživački rad - projekti

- Sukreiranje vrijednosti kao nova paradigma poslovnih orijentacija (voditelj i istraživači) 2017- 2019
- Važnost kreiranja marke proizvoda baziranih na prirodnim i tradicionalnim resursima (voditelj i istraživači) od 2019
- Primjena digitalnog marketinga i reakcije potrošača (voditelj i istraživači) od 2019
- Unaprjeđenje marketinškog pristupa poslovanju kroz sukreiranje vrijednosti (voditelj i istraživači) od 2019
- Dinamičke sposobnosti i strateški menadžment (voditelj i istraživači) od 2019
- Modeli unapređenja lojalnosti gostiju u turizmu i ugostiteljstvu (istraživači) 2018-2020
- Izazovi prakse strateškog menadžmenta (voditelj i istraživači) od 2019



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

10

Istraživački rad - projekti

- Bilateralni projekt (Hrvatska – Slovenija) Metodologija mjerenja percipirane kvalitete i zadovoljstva uslugama bankarstva (voditelj i istraživači) od 2020

**Pokrenut istraživački projekt
Ekonomskih fakulteta Rijeke i Maribora
o percepciji kvalitete e-bankarstva u
Hrvatskoj i Sloveniji**

👤 Martin Ružić 📅 6 months ago 📍 Slavonija





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

11

ERASMUS+ Service learning in higher education – fostering the third mission of universities and civic engagement of students (2017-1-SK01-KA203-035352)

- 2017 - 2020.
- U projekt uključena sveučilišta iz Slovačke, Češke, Njemačke, Austrije, Rumunjske i Hrvatske
- Cilj poznati nastavnike sa učenjem zalaganjem u zajednici i pružiti mentorsku podršku u implementaciji u nastavi



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

12

Znanstveni radovi





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

13

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

- **Dlagic, J.**, Crnjar, K., & Lazaric, M. (2020). Investing in hotel employees as element of marketing network: relationship marketing perspective. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 85-95.
- Laškarin Ažić, M., **Dlagic, J.**, & Suštar, N. (2020). Loyalty trends and issues in tourism research. *Tourism and hospitality management*, 26(1), 133-155.
- Laškarin Ažić, M., **Dlagic, J.**, & Galičić, V. (2020). Testing Different Loyalty Types in a Destination. *Market-Tržište*, 32(1), 97-112.
- **Dlačić, J.**, & **Grbac, B.** Analysing influences on service quality in higher educational institutions: role of students' intrinsic and extrinsic motivators. 9th International Scientific Symposium „Region, Entrepreneurship, Development” / Leko Šimić, Mirna ; Crnković, Boris (ur.). Osijek: Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Croatia, 2020. str. 1032-1046
- Damjanović, V., Lončarić, D., & **Dlačić, J.** (2020). TEACHING CASE STUDY: Digital marketing strategy of Accor Hotels: shaping the future of hospitality. *Tourism and hospitality management*, 26(1), 233-244.
- **Dlagic, J.**, Petrinic, T., & Milfelner, B. (2018, July). Identifying Influence of Supplier Benefits on Collaboration Between Partners. In *International Conference of Experimental and Numerical Investigations and New Technologies* (pp. 275-287). Springer, Cham.
- **Grünhagen, M.**, Mumdzhev, N., Harča, B., Milenković-Kerković, T., & **Dlačić, J.** (2020). Franchising in the Balkans: History, status, and challenges. *Journal of Marketing Channels*, 26(1), 1-27.
- Jadrić, I., **Dlačić, J.**, & Ružić, D. Internet marketing approaches in promotion of higher education institutions. *EMAN 2019 – Economics & Management: How to Cope With Disrupted Times / Bevanda, Vuk (ur.)*.
- Beograd: Association of Economists and Managers of the Balkans, Belgrade, Serbia ; Faculty of Management Koper, Slovenia ; Doba Business School – Maribor, Slovenia ; Integrated Business Faculty – Skopje, Macedonia ; Faculty of Management – Zaječar, Serbia, 2019. str. 181-192
- Trkulja, Z. M., **Dlagic, J.**, & Tomse, D. (2019). Exploring the impact of consumer identification with users of the sports club social network. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 512-521.



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

14

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

- **First Komen, I.**, Stamenić Oštrić, S. 2019, Branding traditional and natural products by providing tourist experience: what are the effects, *ToSEE - Tourism in Southern and Eastern Europe 2019 Creating innovative Tourism Experiences: The way to Extend the Tourist Season / Zadel, Z. ; Smolčić Jurdana, D. (ur.)*, 291-306.
- Kadic-Maglajlic, S., Arslanagic-Kalajdzic, M., Micevski, M., **Dlagic, J.**, & Zabkar, V. (2019). Being engaged is a good thing: Understanding sustainable consumption behavior among young adults. *Journal of Business Research*, 104, 644-654.
- Lončarić, D., Perišić Prodan, M., & **Dlačić, J.** (2019). The role of market mavens in co-creating tourist experiences and increasing loyalty to service providers. *Economic research-Ekonomika istraživanja*, 32(1), 2252-2268.
- **First Komen, I.**, **Grgurić Čop, N.** (2019). Understanding natural and traditional products. Presented at the 26th CROMAR Congress, Zagreb, Croatia. Article in conference proceedings.
- **Grgurić Čop, N.**, Culiberg, B. (2020). Business is business: The difference in perception of influencer's morality between Generation Y and Z. *Digital Marketing & eCommerce Conference*, Barcelona, Spain. Article in conference proceedings.
- **Jelenc, L.**, **Torbarina, M.** & **Grgurić Čop, N.** (2019). Effect of color and design on logo likeability and recognition. 26th CROMAR Congress "Looking forward! Marketing from past to future.", Zagreb, Croatia. Article in conference proceedings.
- **Jelenc, L.**, **Torbarina, M.** & Brkljačić, I. (2019) Faces engage social media influencers' followers, 26th CROMAR Congress "Looking forward! Marketing from past to future. ", Zagreb, Croatia. Article in conference proceedings.
- **Vujičić, Maja**; Vujičić-Tomić, Brankica; Klarić, Mia: Meeting Halfway – Comparison Between Cost-Based and Demand-Based Pricing Methods // *UTMS Journal of Economics*, 10 (2019), 2; 215-225.



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

15

- Milfelner, B., **Dlačić, J.**, Snoj, B., & Selinšek, A. (2019). Importance of innovation resources for market orientation–financial performance link: Mediating role of proactive market orientation. *Naše gospodarstvo/Our economy*, 65(4), 1-13.
- Lončarić, D., **Dlačić, J.**, & Pisnik, A. (2019). Attracting young travellers to a tourist destination: exploring millennials' dreams. *ToSEE - Tourism in Southern and Eastern Europe 2019 Creating innovative Tourism Experiences: The way to Extend the Tourist Season / Zadel, Z. ; Smolčić Jurdana, D. (ur.)* 5, 405-417.
- Sapic, S., Filipovic, J., & **Dlagic, J.** (2019). Consumption in fast-food restaurants in Croatia and Serbia. *British Food Journal*. 121, 8
- Jurišić, M., **Dlačić, J.**, & **Grbac, B.** (2019). Odrednice odanosti lokalnog stanovništva prema marki turističke destinacije. *Zbornik Sveučilišta u Rijeci*, 7(1), 1-15.
- Mejtoft, T., Cripps, H., Berglund, S., **Dlagic, J.**, & **Torbarina, M.** (2019). Internationalization of students' learning using online technology: Lessons learned. In 32nd Bled eConference: Humanizing technology for a sustainable society, Bled, Slovenia, June 16-19, 2019 (pp. 1099-1107). University of Maribor Press.
- Lončarić, D., **Dlačić, J.**, & Bagarić, L. (2019, January). Exploring the relationship between satisfaction with tourism services, revisit intention and life satisfaction. In 41st International Scientific Conference on Economic and Social Development, Book of Proceedings / Tosovic Stevanovic, Aleksandra ; Trifunovic, Dragana ; Maloletko, Alexander (ur.). Belgrade: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, Varazdin, Croatia / Megatrend University, Belgrade, Serbia / University North, Koprivnica, Croatia / Faculty of Management University of Warsaw, Warsaw, Poland / Faculty of Law, Mohammed V University in Rabat, Morocco, 2019. str. 122-132
- Swiercz, P., **Jelenc, L.** & **Torbarina, M.** (2018). Emergence of Cognitive work: Toward A New Job Classification Scheme in Cross-Cultural Environments. In Eastern Academy of Management International: Managingn in a global economy conference XVIII, Dubrovnik, Croatia. Article in conference proceedings

11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

16

Kako radimo





11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

17

Gostujući profesori

- Prof. Marko Grunhagen, Eastern Illinois University – kolegiji Marketing
- Assoc. Prof. Mei Rose, University of Alaska Anchorage – kolegij Marketing
- Prof. Jacek Mironski, Warsaw School of Economics – kolegij International marketing
- Prof. Dominika Mironska, Warsaw School of Economics – kolegij International marketing
- Prof. dr.sc. Aleksandra Selinšek – kolegij Marketing
- Prof. dr. sc. Borut Milfelner – kolegij Marketing



11. prosinca 2020.

Katedra za Marketing

18

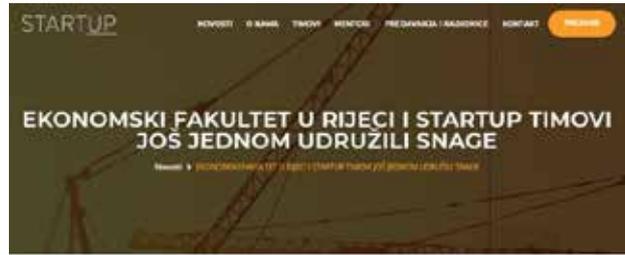
Kako radimo

- Učenje zalaganjem u zajednici
- od 2016. - X-Culture - obrazovni međunarodni projekt na kolegiju Strategic Management, na smjeru International Business
- Marketinški planovi
- Implementacija promotivnih kampanja
- Case study, case study natjecanja
- Gostujuća predavanja (2 po kolegiju)
- Company visits (3 - 4 godišnje)
- Dodjeljujemo priznanja najboljim studentskim timovima i spajamo ih s poslovnim partnerima
- Koordiniramo ishode međusobno
- Sudjelovanje na BBICC



11. prosinca 2020. 19

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET



11. prosinca 2020. 20

Katedra za Marketing

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

Future ft. Marketing

Program

1. "Iz prve ruke" - doznajte sve što vas zanima o karijeri u marketingu
2. "Mlade nade" - tako to rade naši studenti
3. "Oaza iskustva" - zgrabi svoju priliku pod suncem!

Zanima te marketing?

Pridruži nam se 09.05. u 11h na EFRI-u u dvorani Anex

- cilj predstaviti projekte koji su se u sklopu nastave na Katedri za marketing odvijali u prethodnoj godini
- spajanje 30 predstavnika poslovnih subjekata iz Rijeke i okolice sa studentima

MARKETING & DATA SCIENCE
- ISABELLA L. DINTINJANA

MARKETING & SALES
- OLIVER TRAVALJ

MARKETING & BUSINESS DEVELOPMENT
- IVANA VALDIŽIĆ

Future ft. marketing - online edition





Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru
Smjer: Marketing



Smjer: Marketing



Članovi smjera marketing

Redoviti profesori u trajnom zvanju:

- Prof. dr. sc. Sanja Bijakšić
- Prof. dr. sc. Amela Bevanda

Izvanredni profesori:

- Izv. prof. dr. sc. Sandra Soče Kraljević
- Izv. prof. dr. sc. Marija Čutura

Docenti:

- Doc. dr. sc. Sandra Jelčić

Asistent:

- Daria Heljić, mag.oec.

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Smjer Marketing



Akademski stupnjevi na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Mostaru

I AKLUS	3-4 godine 180-240 ECTS	BACHELOR
II AKLUS	1-2 godine 60-120 ECTS	MASTER
III AKLUS	3 godine 180 ECTS	PLD



Kolegiji:

OBVEZNI KOLEGIJI	IZBORNI KOLEGIJI
Marketing	Marketing u turizmu
Upravljanje marketingom	Marketing inovacija
Istraživanje tržišta	Marketing finansijskih institucija
Ponašanje potrošača	Internet marketing
Međunarodni marketing	Zaštita potrošača
Upravljanje proizvodom	
Strategije marketinga	
DS: Osobna prodaja i pregovaranje Marketinška komunikacija Marketing poslovnih tržišta	Upravljanje cijenama Upravljanje markom Upravljanje prodajom
Marketing neprofitnih organizacija Upravljanje zadovoljstvom klijenata	Marketing malih i srednjih poduzeća Odnosi s javnošću ...

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Smjer Marketing



Istraživački rad / Projekti

- Sudjelovanje na međunarodnim i domaćim konferencijama.
- Objavljivanje radova u recentnim časopisima.
- Sudjelovanje u domaćim i međunarodnim projektima

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, katedra za marketing



Literatura i najnovija istraživanja

- Bevanda, A., Šantić, M., Bijakšić, S. (2019)
„Marketinška komunikacija u turizmu”, Sveučilište u Mostaru, ISBN 978-9958-16-117-9
- Čutura, M. (2016)
„Poslovna etika i društvena odgovornost u području marketinga”, Ekonomski fakultet Mostar, ISBN 978-9958-16-073-8
- Soče Kraljević, S. (2016)
„Proces istraživanja tržišta” Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru ISBN 978-9958-16-065-3

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Smjer Marketing



Kako radimo na Smjeru za marketing?

- Suradnja sa gospodarstvom,
- Suradnja sa sveučilištima u zemlji i inozemstvu,
- Združeni doktorski studiji („Međunarodni ekonomski odnosi i menadžement“)



- Mogućnosti: cjeloživotno učenje, interdisciplinarni studiji...

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, katedra za marketing



Kako radimo na Smjeru za marketing?



Kako radimo na Smjeru za marketing?



Rezultati koje postizemo



Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, katedra za marketing



Rezultati koje postizemo



Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, katedra za marketing



Mogućnosti nastavka studija - PDS -kolegiji-

PDS „Strateški marketing”

PDS „Integrirana marketinška komunikacija”

PDS „Istraživanje suvremenih tržišta”

PDS „Društveni marketing”

PDS „Internacionalizacija poslovanja i međunarodni marketing”

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Smjer Marketing



KATEDRA ZA MARKETING

Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu



Članovi Katedre za marketing

Redoviti profesori u trajnom zvanju:

Prof. dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović
Prof. dr. sc. Mirela Mihić

Redoviti profesori:

Prof. dr. sc. Neven Šerić

Izvanredni profesori:

Izv. prof. dr. sc. Dario Miočević
Izv. prof. dr. sc. Zoran Mihanović

Docenti:

Doc. dr. sc. Daša Dragnić
Doc. dr. sc. Ivana Kursan Milaković
Doc. dr. sc. Ljiljana Najev Čačija
Doc. dr. sc. Mario Pepur
Doc. dr. sc. Goran Dedić

Asistenti:

Antonija Kvasina, mag.oec.



Kolegiji - sveučilišni studij

PREDDIPLOMSKI	DIPLOMSKI
Marketing	Marketing menadžment
Istraživanje tržišta	Marketing usluga
Strategije marketinga	Poslovna logistika
Ponašanje potrošača	Marketinška komunikacija
<i>Upravljanje proizvodom</i>	Međunarodni marketing
<i>Poslovno pregovaranje</i>	Upravljanje odnosima s kupcima
Marketing hotelskog poduzeća	<i>Upravljanje marketingom neprofitnih i javnih organizacija</i>
Radionica II	<i>Marketing financijskih institucija</i>
	<i>E-marketing</i>
	<i>Globalne marketinške strategije</i>
	Istraživanje tržišta u turizmu
	<i>Strategije marketinga u turizmu</i>

Kolegiji - sveučilišni Erasmus

PREDDIPLOMSKI	DIPLOMSKI
Marketing Research	Marketing Management
Marketing Strategies	<i>Marketing Management for Non-profit and Public Organisations</i>
<i>Consumer Behavior</i>	<i>Marketing Communication</i>

Kolegiji – stručni studij

PREDDIPLOMSKI	SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI
Istraživanje tržišta	Marketing projekata
Marketing	Projektna nabava
Ponašanje potrošača	
Poslovni marketing	
Promocija	
<i>Prodaja i distribucija</i>	
<i>Vještine pregovaranja</i>	
Poduzetnička radionica II	



Kolegiji – PDSS i doktorski studij

PDSS	DOKTORSKI
Marketing management	Teorije marketinga
<i>Istraživanje tržišta i odlučivanje u marketingu</i>	<i>Strategije upravljanja markom</i>
<i>Ponašanje potrošača i poslovnih kupaca</i>	<i>Teorije ponašanja potrošača</i>
<i>Marketing u turizmu</i>	<i>Modeliranje u marketingu</i>
	<i>Društveni marketing</i>

Kako radimo na našoj katedri?

- MI - kontinuirano unaprjeđujemo akademska znanja i vještine; surađujemo s kolegama s drugih katedri i inozemnih institucija; iskustvo u i suradnja s realnim sektorom; aktivno članstvo i suradnja s organizacijama civilnog društva (područja: *obrazovanje, mladi, sport, kultura, zaštita okoliša, osobe s invaliditetom, djeca s teškoćama u razvoju i dr.*); aktivni u užoj i široj zajednici;
- STUDENTI - potičemo ih na kritičko promišljanje utemeljeno na aktualnim znanstvenim spoznajama, kreativnost i inventivnost; razvijamo njihove vještine komunikacije i timskog rada; rade na konkretnim projektima za profitne, neprofitne i javne organizacije;
- MI & STUDENTI - sudjelujemo u radu Studentskog poduzetničkog inkubatora (SPI), Student Business Academy, Global Entrepreneurship Week, Centra za društveno korisno učenje; te brojnim projektima profitnog i neprofitnog sektora/organizacija;
- MI & STUDENTI & MENTORI IZ PRAKSE – kroz stručnu praksu i društveno korisno učenje povezuju se teorija i praksa, unaprjeđuju kompetencije i jača osjećaj pripadnosti i doprinosa zajednici u kojoj radimo i živimo.

Rezultati koje postižemo

STUDENTI koji znaju:

- ❖ Analizirati čimbenike marketinškog okruženja i kritički prosuditi njihov utjecaj na marketinške aktivnosti organizacija u profitnom, neprofitnom i javnom sektoru, na domaćem i/ili međunarodnom tržištu;
- ❖ Identificirati i valorizirati potrošače/kupce i ostale tržišne dionike;
- ❖ Osmisliti vrijednost za potrošače/kupce/korisnike kojom će se organizacija diferencirati i ostvariti konkurentsku prednost na tržištu;
- ❖ Oblikovati određene marketinške strategije-taktike;
- ❖ Kritički vrednovati i primjenjivati suvremene alate i metriku pri upravljanju odnosima s potrošačima/kupcima/korisnicima.

✓ njihovi radovi/projekti ostvaruju uspješan plasman na brojnim natjecanjima - *Customer Satisfaction University Award, Intesa Sanpaolo; kongresima CROMAR-a; IdejaX Case Study Competition; Google Online Marketing Challenge; Promocija akcije Kupujmo hrvatsko, HGK-ŽK Split i dr.*

✓ oni su zaposlenici/voditelji marketinških odjela medijskih kuća, turističkih subjekata, u bankarstvu, osiguravajućim društvima, informatičkim tvrtkama i dr.; pokreću vlastite tvrtke različitih djelatnosti



Znanstveni članci & knjige & konferencije

- iz područja: marketinške strategije, ponašanje potrošača, *branding*, marketing u uslužnim djelatnostima (specifično u turizmu i financijskom sektoru), marketing neprofitnih i javnih organizacija, društveni, sportski, digitalni i međunarodni marketing te kros-kulturno poslovanje
- radovi u časopisima: *Tržište, Management, Ekonomska istraživanja, Industrial Marketing Management, International Marketing Review, Journal of Business Ethics, Journal of Macromarketing, Journal of Small Business Management, Journal of Purchasing & Supply Management, Service Industries Journal* i dr.
- radovi i sudjelovanje na međunarodnim konferencijama: CROMAR-a, *Challenges of Europe* EFST-a, EMAC-a i brojnim drugim diljem svijeta;
- urednici, autori i koautori znanstvenih knjiga i monografija, sveučilišnih udžbenika – *Market Research Methods in Sport Industry, Marketing društvenog poduzetništva, Brendiranje za poduzetnike, Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija, Osnove međunarodnog marketinga, Kroskulturno ponašanje potrošača i marketinška komunikacija, Upravljanje osobnom prodajom: Vještine prodaje i pregovaranja*
- nagrade: za izniman znanstveni uspjeh (EFST); za vrijedna znanstvena djela (EFST i Mijo Mirković, EFZG); Fedor Rocco; za najbolji rad na međunarodnoj konferenciji

Projekti znanstveni & stručni

- društvene odgovornosti i poduzetništva:
Studirajmo zajedno! Inkluzija slijepih i slabovidnih osoba u visokoobrazovni sustav (2015, IPA), Odgovorno za prirodu (2015, IPA), Studenti uče o građanskom angažmanu - društveno korisno učenje u zaštiti prirode i okoliša (2016, DBU), RePlast 3D – društvo poduzetništvo (2017, ESF), PAZI! Praktično-Aktivno-Zajedno-Interdisciplinarno! (2018, ESF), Centar za društveno korisno učenje (2019, ESF)
- visokog i cjeloživotnog obrazovanja:
STEMp razvoj modernih studijskih programa za izobrazbu nastavnika (2015, ESF), Ravnatelji profesija i kvalifikacija, a ne funkcija (2015, ESF), Student Business e-Academy (2017, Erasmus+), FINAME PRO kompetencije za uspješnije cjeloživotno učenje i izazove suvremenog društva (2018, ESF), Erasmus+KA2: Cultural studies in business (2019)
- razvoja realnog sektora i zajednice:
Brendiranje Riviere Gradac (2010-2015), Ponašanje potrošača u kupnji odjeće u Hrvatskoj (2014-2015), ShapeTourism - New Shape and drives for the tourism sector: supporting decision, integrating plans and ensuring sustainability (INTERREG, 2014-2020), Strateški marketinški plan destinacije Split (2017-2022), Strategija razvoja grada Splita (2020-2030)
- edukacija: poduzetnika, menadžera, prodajnog i nabavnog osoblja, turističkih







Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u
turizmu i ugostiteljstvu

www.ftm.uniri.hr facebook.com/FMTUOpatija

KATEDRA ZA MARKETING **na** **Fakultetu za menadžment u turizmu i** **ugostiteljstvu, Opatija**

Kontakt informacije:

A: Primorska 42, 51410 Opatija
T: +385 (0)51 294 706
E: dekanat@ftm.hr

Opatija, listopad 2020.



Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Članovi Katedre za marketing

Redoviti profesori:

Dr. sc. Lorena Bašan

Izvanredni profesori:

Dr. sc. Dina Lončarić

Dr. sc. Lidija Bagarić, voditeljica
Katedre

Docenti:

Dr. sc. Marina Perišić Prodan

Dr. sc. Ana Čuić Tanković

Asistenti:

Jelena Kapeš

Dora Župan





Kolegiji

SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ	SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ
<u>Obvezni:</u>	<u>Obvezni:</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Marketing – studenti u mobilnosti • Marketing održivog razvoja 	<ul style="list-style-type: none"> • Ponašanje potrošača • Istraživanje turističkog tržišta
<u>Izborni:</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Strateški marketing u turizmu
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing u hotelijerstvu • Urbani marketing • Posrednici u turizmu • Poslovno komuniciranje u turizmu 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing turističke destinacije • Brendiranje u turizmu • Integrirana marketinška komunikacija



Kolegiji

Poslijediplomski sveučilišni doktorski studij:	Poslijediplomski specijalistički studij:
<ul style="list-style-type: none"> • Marketinško upravljanje uslugama • Održivi marketing • Strateško upravljanje brendom • Strateški marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing turističke destinacije • Promocija turističke destinacije • Marketing hotelskih usluga • Promocija hotelskih usluga • Marketing zdravstveno-turističke ponude





Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija



Istraživački rad / Znanstveni projekti

- „Komunikacijske vještine turističkih djelatnika: samoprocjena, meke vještine, samopoštovanje i poduzetničke namjere“ (2019.-2021.) - UNIRI
- „Smještajna ponuda u funkciji razvoja luksuznog turizma“ (2018.-2020.) - UNIRI
- „Sukreiranje vrijednosti kao nova paradigma poslovnih orijentacija“ (2017.-2019.) - UNIRI
- „Utjecaj sukreiranja turističkoga doživljaja na zadovoljstvo i percipiranu kvalitetu života turista“ (2016. – 2018.) - UNIRI
- „Kreiranje *Tourism Product Cluba* u funkciji repozicioniranja turističke destinacije“ (2016.-2017.) - UNIRI
- „Identificiranje ekonomskih i društvenih odrednica turističke potrošnje u cilju prevladavanja sezonalnosti destinacije“, (2015.- 2017.) - UNIRI
- „Upravljanje opskrbnim lancem u ugostiteljstvu“ (2015.-2017.) - UNIRI
- “Strateški marketing – stvaranje identiteta konkurentnog gospodarstva” (2014.) - UNIRI



Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija



Istraživački rad / EU projekti

- **Teaching 2030** – “Future-proof your classroom: teaching skills 2030” – ERASMUS+, Ključna aktivnost 2, podaktivnost Strateška partnerstva u području visokog obrazovanja (2017.- 2020.)
- **Riviera4seasons2** - „Zajednička baština za zajedničku međunarodnu promociju 365 dana zelenog turizma na Opatijskoj i Portoroškoj rivijeri Interreg Slovenija-Hrvatska (2017.-2019.)





Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija



EU Projekti

- **AdriAquaNet** - Enhancing Innovation and Sustainability in Adriatic Aquaculture, Interreg Italija – Hrvatska (2019.-2021.)
- **HISTUR** – “Turizam kao zajednička kulturna baština obalnog dijela Istarskog poluotoka” – Interreg V-A Slovenija – Hrvatska (2014.- 2015.)
- **ZERO WASTE** – “Nula otpada Jadranska mreža događaja i festivala, IPA – Jadranska prekogranična suradnja (2012. – 2015.)



Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija



Istraživački rad / Stručni projekti

- Marketinški plan turističkog proizvoda Arca Adriatica (2020.)
- Strateški plan razvoja turizma Grada Buzeta 2020.-2026. (2019.)
- Strategija razvoja Grada Raba do 2030. (2019.)
- Marketinški plan RP T2 - promocija kulturno turističke destinacije i turističkog proizvoda Mala barka (2018.)
- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. (2016.)
- Destinacijski akcijski plan Opatije 2016.-2020. (2016.)
- Strategija razvoja vjerskog turizma grada Rijeke (2015.)
- Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije (2014. – 2015.)
- Regionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža na području Šibensko-kninske županije (2014.)
- Strategija razvoja Grada Opatije 2014.-2020. (2014.)
- Zdravstveni turizam grada Raba, (2014.)
- Akcijski plan unapređenja ponude i valorizacije jadranskih plaža (2013.)
- Tematizacija plaža Kvarnera „Jadranske morske zvijezde“ (2012-2013.)





Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Literatura i najnovija istraživanja



- Objavljeno oko 200 znanstvenih radova
- 45 radova u wos ili scopus bazi



Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Kako radimo na Katedri za marketing?

- Projektno povezivanje s praksom
- Uključivanje eminentnih stručnjaka kroz gostujuća predavanja
- Mentoriranje studenata u pripremi za razna natjecanja
- Mentoriranje studenata pri prijavi i vođenju znanstvenih projekata
- Korištenje simulacija u nastavi
- Poticanje kreativnosti i timskog rada kroz projektne zadatke
- Organizacija debata
- Poticanje kritičkog promišljanja
- Poticanje razvoja prezentacijskih vještina
- Učenje na daljinu (Moodle)
- Uključenost nastavnika u programe ljetnih škola
- Kolegiji za Erasmus studente





Rezultati koje postižemo

Nagrađeni studenti na raznim natjecanjima:

- 1. i 2. mjesto case study Realizator (2019.)
- 1.mjesto, Kupujmo Hrvatsko, HGK (2018.)
- 3.mjesto, Istrian Tourism Competition (2018.)
- 2.mjesto, Istrian Tourism Competition (2017.)
- međunarodni natječaj ASIC/ Adria Student Innovation contest sa temom „Inovativni turistički proizvod“ (2017.)

Nagrade i priznanja:

- Priznanje za znanstveni doprinos
- Priznanje za osobiti doprinos razvoju CROMAR-a



Uključenost u širu zajednicu kroz razna članstva i komisije





Marketing na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu

Smer marketing
Katedra za poslovnu ekonomiju i menadžment

Pozdrav od kolega iz Beograda



Ime, prezime i zvanje profesora na predmetima smera Marketing

<u>Mirjana Gligorijević,</u> <u>redovni profesor</u>	<u>Galjina Ognjanov,</u> <u>redovni profesor</u>	<u>Saša Veljković,</u> <u>redovni profesor</u>	<u>Sanja Mitić,</u> <u>vanredni profesor</u>	<u>Aleksandar Đorđević,</u> <u>vanredni profesor</u>	<u>Jelena Filipović,</u> <u>vanredni profesor</u>
Marketiški predmeti na osnovnim studijama					
Marketing Poslovni marketing	Tržišno komuniciranje Odnosi s javnošću	Marketing Marketing usluga (Menadžment odnosa sa kupcima)	Međunarodni marketing	Ponašanje potrošača (Marketing u turizmu)	Tržišno komuniciranje Marketing usluga Digitalni marketing
Marketiški predmeti na master i doktorskim studijama					
Strategijski marketing Poslovno pregovaranje i odnosi sa klijentima IMK Marketing 1D Marketing menadžment Istraživački i komunikativni marketing	Integrisane marketinške komunikacije Upravljanje odnosima sa javnošću Poslovno pregovaranje i odnosi sa klijentima Istraživački i komunikativni marketing	Strategijski marketing Brend menadžment Marketing 1D Marketing menadžment	Upravljanje međunarodnim marketingom	Istraživanje potrošača u marketingu	Integrisane marketinške komunikacije Internet marketing

Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smer marketing



Ostali nastavnici i saradnici koji predaju marketinške predmete

Siniša Zarić, redovni profesor	Goran Petković, redovni profesor	Slobodan Aćimović, redovni profesor	Bojan Zečević, redovni profesor	Zoran Bogetić, redovni profesor	Ivana Prica, vanredni profesor	Biljana Chroneos Krasavac, vanredni profesor	Dragan Stojković, vanredni profesor
Menadžment i marketing događaja	Kanali marketinga Trgovinski marketing i menadžment prodaje Strategije kanala marketinga	Marketing logistika	Marketing u turizmu	Menadžment odnosa sa kupcima Kanali marketinga Trgovinski marketing i menadžment prodaje Strategije kanala marketinga	Istraživanje tržišta Istraživački i komunikativni marketing	Istraživanje tržišta Direktni marketing	Strategije kanala marketinga Trgovinski marketing i menadžment prodaje
Dušan Marković, vanredni profesor	Veljko Mijušković, docent	Igor Kovačević, docent	Marina Petrović, asistent	Branislava Hristov, asistent	Lazar Čolić, asistent	Aleksa Dokić, asistent	
Međunarodni marketing	Marketing logistika	Marketing u turizmu Menadžment i marketing događaja	Istraživanje tržišta	Marketing u turizmu	Istraživanje tržišta	Kanali marketinga Trgovinski marketing i menadžment prodaje Strategije kanala marketinga	



Predmeti na osnovnim i master studijama

Osnovne studije

Marketing
Ponašanje potrošača
Međunarodni marketing
Tržišno komuniciranje
Poslovni marketing
Marketing usluga
Odnosi s javnošću
Istraživanje marketinga
Digitalni marketing
Marketing logistika, Kanali marketinga, Menadžment odnosa sa kupcima, Marketing u turizmu...

Master studije

Strategijski marketing
Brend menadžment
Integrisane marketinške komunikacije
Direktni marketing
Internet marketing
Istraživanje potrošača u marketingu



Upravljanje međunarod. marketingom
Poslovno pregovaranje i odnosi sa klijentima
Upravljanje odnosima s javnošću
Menadžment i marketing događaja, Strategije kanala marketinga...

Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smjer marketing



Istraživački projekti, preporuke za javne politike, edukacija i konsalting

- Horizon 2020: S2F
- Projekti Ministarstva prosvete i nauke RS
- Projekti u oblasti donošenja javnih politika
- Kratki kursevi za zaposlene na rukovodećim i izvršnim pozicijama u kompanijama i javnoj upravi
- Konsalting u oblasti marketinškog planiranja, brendiranja, izrade strategije komunikacije, itd.



Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smer marketing

Literatura iz oblasti marketinga: sopstvena izdavačka delatnost

CID Ekonomski fakultet: <http://cid.ekof.bg.ac.rs/katalog-izdanja/>
Srpsko udruženje za marketing: <http://www.sema.rs/publikacije.php>



Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smer marketing



Srpsko udruženje za marketing - SEMA

- Osnovano 2007. godine
- Sedište na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu
- Okuplja nastavnike i profesionalce u oblasti marketinga širom Srbije
- Suizdavač časopisa "Marketing" sa Ekonomskim fakultetom u Beogradu
- Radovi na srpskom i engleskom jeziku
- EBSCO baza
- Organizuje naučne i stručne konferencije u oblasti marketinga
- www.sema.rs

Predsednik: Prof. dr Saša Veljković,
Potpredsednici:
Prof. dr Mirjana Gligorijević
Prof. dr Hasan Hanić
Urednik časopisa
Prof. dr Galjina Ognjanov
Ko-urednik
Sanja Mitić, vanr.prof.

Journal *Marketing* is a peer reviewed scientific journal recognized as such by the Serbian Ministry of Education and Sciences and published quarterly. It is dedicated to vast audience both in academia and marketing practice. The papers published in *Marketing* cover the fields of marketing in the broadest sense, including: strategic marketing, consumer behavior, integrated marketing, communications, public relations, brand management, marketing of tourism and



Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smer marketing

Master studije

Smer: Poslovno upravljanje

Moduli u oblasti marketinga:

Marketing menadžment

Poslovno komuniciranje i odnosi s javnošću

Međunarodno poslovanje preduzeća



Univerzitet u Beogradu - Ekonomski fakultet - Smer marketing



Katedra za marketing

FET „Dr. Mijo Mirković“ Pula



Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Katedra za marketing na

Fakultetu ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli



Katedra za marketing

FET „Dr. Mijo Mirković“ Pula

REDOVITA PROFESORICA U TRAJNOM ZVANJU



DANIJELA KRIŽMAN PAVLOVIĆ

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR. MIJO MIRKOVIĆ“

KONTAKT
Kućni +385(0)277038 danijela.krizman@fet.hr
Prekoderšćeva 1/1, 52100 Pula

PODRUČJA INTERESA
MARKETING U TURIZMU
MARKETING USLUGA
MEĐUNARODNI MARKETING

KOLEGIJI
KANAL DISTRIBUCIJE
MEĐUNARODNI MARKETING
MARKETINŠKI PRAKTICUM
MARKETING U TURIZMU
TURISTIČKA DESTINACIJA
ORGANIZACIJA
PODUZETNIŠTVO U TURIZMU

LINK NA BIBLIOGRAFIJU
• <https://orcid.org/0000-0001-7737-5275>

IZVANREDNA PROFESORICA



ARIANA NEFAT

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR. MIJO MIRKOVIĆ“

KONTAKT
Kućni +385(0)277038 anefat@fet.hr
Prekoderšćeva 1/1, 52100 Pula

PODRUČJA INTERESA
ODRŽIVI MARKETING
ETIKA U MARKETINGU
KVALITETA ŽIVOTA

KOLEGIJI
MARKETING
MARKETING USLUGA
ETIKA U MARKETINGU
ODRŽIVI MARKETING
NEPROFITNI MARKETING
MARKETINGSKI PRAKTICUM

LINK NA BIBLIOGRAFIJU
• <https://orcid.org/0000-0001-7737-5275>

Katedra za marketing

FET „Dr. Mijo Mirković“ Pula

IZVANREDNI PROFESOR



DRAGAN BENAZIĆ

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR. MIJO MIRKOVIĆ“

KONTAKT
Kućni +385(0)277038 dragan.benazic@fet.hr
Prekoderšćeva 1/1, 52100 Pula

PODRUČJA INTERESA
ISTRAŽIVANJE MARKETINGA
UPRAVLJANJE CIJENAMA
MARKETING USLUGA

KOLEGIJI
ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I MARKETINGA
UPRAVLJANJE CIJENAMA
POLITIKA KONKURENCIJE
SIMULACIJE U MARKETINGU
MULTIMEDIJATNE ANALIZE U MARKETINGU
MARKETING I PROMETNI KOMUNIKACIJA
MARKETINGSKI PRAKTICUM

LINK NA BIBLIOGRAFIJU
• <https://orcid.org/0000-0001-7737-5275>

IZVANREDNI PROFESOR



ERIK RUŽIĆ

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA „DR. MIJO MIRKOVIĆ“

KONTAKT
Kućni +385(0)277038 erik.ruizic@fet.hr
Prekoderšćeva 1/1, 52100 Pula

PODRUČJA INTERESA
UPRAVLJANJE PRODAJOM
INTERNI MARKETING

KOLEGIJI
UPRAVLJANJE PRODAJOM
INTERNI MARKETING
IZRAVNI MARKETING
UPRAVLJANJE ODGOVOROM S KODIRANIMA – CRM
PONAŠANJE KUŠAČA
MENADŽMENT TRŽIŠTNIH KOMUNIKACIJA
MARKETINGSKI PRAKTICUM

LINK NA BIBLIOGRAFIJU
• <https://orcid.org/0000-0001-7737-5275>





- 2. god. doktorskog studija, SEB Ljubljana



- Tema disertacije: Utjecaj chatbot tehnologije na ponašanje poslovnih korisnika (B2B) u multikulturalnom okruženju

Istraživački rad/projekti

- Interni projekt: „**Percepcije i primjena holističkog marketinga u Hrvatskoj**“
- **Odbor za marketing**: istraživanje zadovoljstva zaposlenika i studenata, istraživanje potreba gospodarstvenika i potencijalnih studenata, provođenja marketinških kampanja

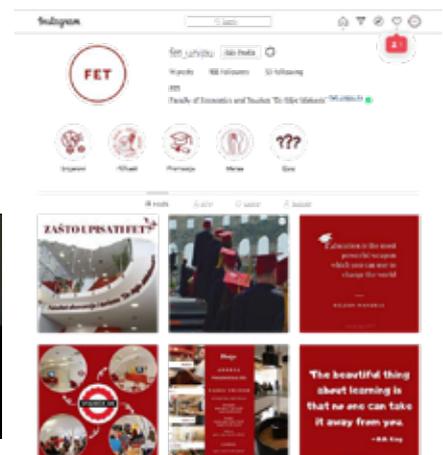
Istraživački rad/projekti (1)

- **Marketinški laboratorij** (eye tracking kamere, software za kvalitativnu analizu podataka, VR kamere i simulacije...)
- Popularizacija znanosti
 - Projekt: **Neuromarketing u akciji** – kako zapravo donosimo odluke
- **Praksa i suradnja sa poslovnim subjektima**

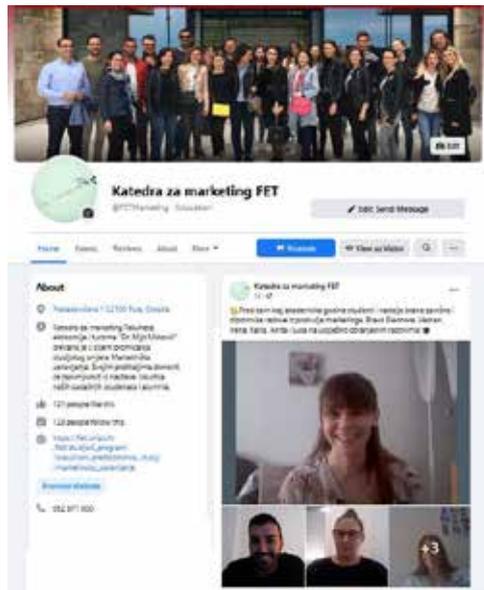


Istraživački rad/projekti (2)

- **Uspostava Kluba za marketing:**
 - Instagram FET-a
 - Fakultetski podcast FETcast
 - Zoom i Facebook live event: Od FET-a do svijeta i natrag



- Aktivnosti Katedre na društvenim mrežama: Facebook

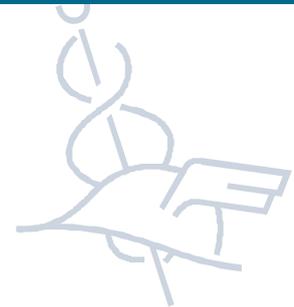




THIS IS US

Marketing department | Faculty of Economics and Business | University of Maribor

Mostar Marketing Meeting
(Mostar), October 2020



professor
Damijan Mumel
(Head of Department)

professor
Bruno Završnik

assistant professor
Matjaž Iršič

associate professor
Aleksandra Selinšek

professor
Borut Milfelner

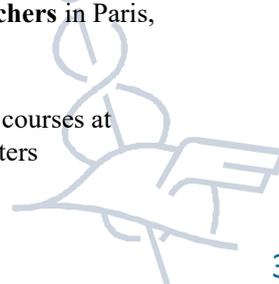
assistant
Domen Malc



Overview



- We are a **small department** in terms of department staff (6 researchers) and relatively big in terms of the number of students we teach (450 undergraduate + 40 master).
- Our study courses provide **relevant and state-of-the-art knowledge and skills**. We aim to grow our students into responsible and skilful professionals in different marketing areas including marketing communications, research, brand management, purchasing and sales, etc.
- Our department previously **hosted several international guests** to contribute both with their teachings as well as their research expertise. Additionally, we have been **active internationally as visiting lecturers and researchers** in Paris, Zaragoza, Budapest, Ankara, Graz, Rijeka, etc.
- In the last decade more than 570 students graduated from our courses at the undergraduate degree, and 265 students reached their masters degree. We've also promoted 5 doctoral candidates.



Overview



- Our students can participate in several different **extracurricular activities**: excursions, company visits, students marketing club, etc.
- We are also proud hosts of two nationally renowned events:
 - **Marketinški semafor** - Students' marketing conference with lecturers from some of the most successful Slovenian and international companies. 17 conferences so far.
 - **Marketinška dirka** - Students' marketing competition where we have joined forces with several established organizations to provide students with exciting case challenges. 12 competitions so far.



Our research work



- We publish and present our research work at conferences, in monographs and renowned journals.
- From 2009 (to 2019) we published **96 scientific papers**, we presented **102 conference papers** and published **21 scientific monographs**.



Our projects



- In the past ten years, we have been actively involved in **8 local, national and international (European) scientific research projects**:
 - one fundamental research project
 - three targeted research projects, &
 - four European projects.
- 2009 - **3rd Marketing Theory Challenges in Transitional Societies Conference (MTC)** under European Marketing Academy (EMAC).



Our projects...



- Our Marketing Institute is also our gateway to local, national and international public. In the last decade, we participated in **11 professional projects** with small, medium and big enterprises: Kraft&Werk, SODO, TehnoCenter UM, Sparkasse bank, Elektro Maribor, Iskrasistemi, Zavarovalnica Maribor (now Zavarovalnica Sava), etc.
- Additionally:
 - 2 projects connecting students, faculty and business
 - Editorial boards of 8 national and international scientific and professional journals
 - In MUF - Mini University, &
 - Several professional workshops for Slovenian and international companies.



Research interests



- **Damijan Mumel, PhD**
damijan.mumel@um.si
Consumer behaviour
Qualitative research methodology

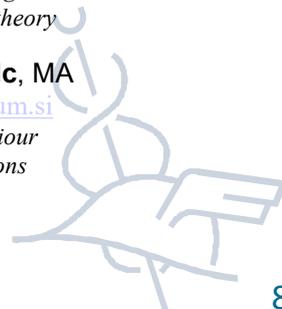
- **Aleksandra Selinšek, PhD**
aleksandra.selinsek1@um.si
Perceived customer value
Brand management
Services marketing

- **Bruno Završnik, PhD**
bruno.zavrsnik@um.si
B2B marketing communications
Trade marketing
Business negotiation

- **Borut Milfelner, PhD**
borut.milfelner@um.si
Marketing research
Internal marketing
Consumer behaviour
Tourism marketing
Resource-based theory

- **Matjaž Iršič, PhD**
matjaz.irsic@um.si
Strategic marketing
Relationship marketing
Sales management

- **Domen Malc, MA**
domen.malc@um.si
Consumer behaviour
Consumer emotions
Price perception





osnovan
1960

Dekan, prof. dr Nikola Milović

Prodekan za nastavu, docent dr Zdenka Dragašević

Prodekan za međunarodnu saradnju, prof. dr Boban Melović

Prodekan za NIR i odnos sa biznis zajednicom, prof. dr Mijat Jocović



osnovan
1960

- ✓ DIPLOMA KOJU POSLODAVCI NAJVIŠE CIJENE
- ✓ NAJBOLJE OBRAZOVANJE IZ OBLASTI EKONOMIJE
- ✓ MLAD I PERSPEKTIVAN NASTAVNI KADAR
- ✓ VELIKI BROJ GOSTUJUĆIH PREDAVAČA IZ ZEMLJE I INOSTRANSTVA
- ✓ PROGRAMI MOBILNOSTI
- ✓ USPJEŠNA SARADNJA SA BIZNIS ZAJEDNICOM





60 godina tradicije Najstarija visokoškolska ustanova u Crnoj Gori



Od 2018. godine Ekonomski fakultet je član prestižne evropske akreditacijske kuće European Foundation for Management Development – EFMD, čime se potvrdio kao elitna obrazovna institucija za područje ekonomije i menadžmenta u svjetskim okvirima.



U toku je međunarodna EPAS akreditacija fakulteta koja će umnogome doprinijeti unapređenju nastavnog procesa i svrstavanje Ekonomskog fakulteta rame uz rame sa vodećim svjetskim institucijama.



**AKADEMSKE STUDIJE
EKONOMIJE**



- 3** ✓ Dodiplomske studije u trajanju od 3 godine
- +**
- 2** ✓ Dvogodišnje postdiplomske master studije
- +**
- 3** ✓ Trogodišnje doktorske studije



**PRIMIJEJENE STUDIJE
MENADŽMENTA**

- ✓ Dodiplomske studije u trajanju od 3 godine
- ✓ Dvogodišnje primijenjene master studije

3
+
2

Marketing na Ekonomskom fakultetu u Podgorici

Marketing kao predmet zastupljen u Nastavnom planu i programu fakulteta od 1975. godine.

Bio je dio Katedre za Ekonomiku preduzeća (jedna od četiri katedre)

Ukidanje katedri → Orijentacija na usmjerenja → Moduli



Marketing na akademskim studijama Ekonomije

Marketing na **osnovnim** studijama:

Principi marketinga (druga godina)



Marketing na **master** studijama:

Marketing menadžment (prva godina)

Internet marketing (prva godina)

Strategijski marketing (druga godina)

Međunarodni marketing (druga godina)

Brend menadžment (druga godina)

Istraživanje marketinga (druga godina)

Marketing na primijenjenim studijama menadžmenta

Marketing na **osnovnim** studijama:

Osnove marketinga (prva godina)

Istraživanje marketinga (treća godina)

Tržišno komuniciranje (treća godina)

Međunarodni marketing (treća godina)

Marketing u trgovini (treća godina)

Marketing usluga (treća godina)

Marketing menadžment malog biznisa (treća godina)

Marketing na **master** studijama:

Strategijski marketing (prva godina)

Brend menadžment (prva godina)

Metrika marketinga (druga godina)

Internet marketing (druga godina)

Za realizaciju navedenih predmeta na fakultetu postoje nekoliko profesora iz oblasti Marketinga i nekoliko profesora iz graničnih, srodnih oblasti (orijentaciono 7-8 ljudi koji se bave ovom oblasti).



Fakultet je uspostavio uspješnu saradnju sa velikim brojem svjetskih univerziteta:

- ✓ Ekonomski fakultet Beograd
- ✓ Ekonomski fakultet Ljubljana
- ✓ Ekonomski fakultet Maribor
- ✓ Ekonomski fakultet Zagreb
- ✓ Ekonomski fakultet Sarajevo
- ✓ Ekonomski fakultet Skoplje
- ✓ Ekonomski fakultet Zenica
- ✓ Faculty of business and management sciences Novo Mesto
- ✓ International Burch University
- ✓ Corvinus Univerzitet u Budimpešti
- ✓ Univerzitet za ekonomiju u Pragu,
- ✓ Masaryk Univerzitet u Brnu
- ✓ Tehnički univerzitet u Ostravi, ,
- ✓ Miskolc Univerzitet
- ✓ Univerzitet za ekonomiju u Krakovu
- ✓ Univerzitet za ekonomiju u Katovicama,
- ✓ Univerzitet u Pečuju, Mađarska



- ✓ Rzeszow University of Tehnology
- ✓ Ruska akademija za ekonomiju „Plehanov“, Moskva,
- ✓ Univerzitet u Griniču
- ✓ Ekonomski fakultet Skoplje
- ✓ Univerzitet Sophia-Antiopolis
- ✓ Royal institut za tehnologiju u Stokholmu
- ✓ Gembloux Univerzitet, Belgija
- ✓ Univerzitet u Pitsburgu
- ✓ Poslovna škola, Pensilvanija,
- ✓ Univerzitet za ekonomiju i poslovnu administraciju u Beču
- ✓ Univerzitet u Paderbornu
- ✓ Univerzitet za ekonomiju u Bratislavi
- ✓ Zilina univerzitet
- ✓ Univerzitet za ekonomiju u Varni
- ✓ Univerzitet Almeira, Španija

Buduću saradnju katedri za marketing treba graditi u pravcu:

- Zajedničkog rada na polju **naučnih istraživanja**.
- **Publikovanja zajedničkih radova** u prestižnim časopisima i konferencijama (npr. istraživanja u regionu Zapadnog Balkana).
- Veće **mobilnosti predavača i studenata** i razmjeni iskustava.
- Usaglašavanja **nastavnih planova i programa**.
- Organizacije **naučnih skupova i okruglih stolova**.
- Zajedničkog rada na apliciranju, razradi i implementaciji **evropskih projekata** iz aktualnih oblasti (npr. društveno odgovoran marketing, održivi-zeleni marketing i sl.).
- Realizacije **marketing istraživanja** sa ciljem prepoznavanja tržišnih trendova.
- Realizacije **predavanja po pozivu, kolaborativnog djelovanja** (npr. pokretanje zajedničkog časopisa) i sl.
- Razvoja i **akreditacije zajedničkih studijskih programa** (npr. joint degree, double degree, master studije i sl.)
- (Re)aktiviranja **društava i udruženja za marketing**.

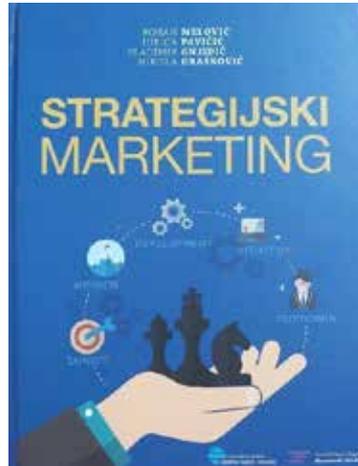




Univerzitet Crne Gore
EKONOMSKI FAKULTET PODGORICA

osnovan
1960

Primjer uspješne saradnje – Crna Gora i Hrvatska



Univerzitet Crne Gore
EKONOMSKI FAKULTET PODGORICA

osnovan
1960



Jovana Tomaševića 37
81 000 Podgorica, Crna Gora
Telefon: +382 20 241 138
Fax: +382 20 244 588

www.ucg.ac.me/ef
ekonomija@ucg.ac.me





Marketing Department

Faculty of Economics - Skopje

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics - Skopje



Marketing Department

- 6 members
- Anita Ciunova-Shuleska – Ph.D. - Chair
- Snezana Ristevska-Jovanovska Ph.D.
- Ezeni Brzovska Ph.D.
- Nikolina Palamidovska-Sterjadovska PhD.
- Daniela Mamuchevska Ph.D.
- Dimitar Jovevski Ph.D.

Faculty of Economics - Skopje





Marketing Department

Projects

- Readability of the public policy statements of the National bank of North Macedonia (2020 - in progress) – National bank of the Republic of North Macedonia
- CA COST Action CA16121 - From Sharing to Caring: Examining Socio-Technical Aspects of the Collaborative Economy (2018 - in progress)
- The GIRDA (Erasmus) project - Innovative approaches for mentoring and supporting older adults for digital adoption- gameplay for inspiring digital adoption – (2017 – 2019)
- Development of National customer satisfaction index in the Republic of Macedonia, 2015 – Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
- Economic analysis of the Macedonian electronic communication market, 2014 - Vip Telecom, Austria.
- Solaborate project - Preparing integrated marketing plan for professional social networking platform – (2012)

Faculty of Economics - Skopje



Marketing Department

Summer School – 2019 – Make a difference: Learn how to achieve business excellence by breaking through digital frontiers

Rewards

- The best scientist in the field of social science award 2017 - Ss.Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics - Skopje





Anita Ciunova - Shuleska
Full-time professor



E-mail: anita@eccf.ukim.edu.mk

Courses:

- Marketing Management – compulsory course
- Integrated Marketing Communications – compulsory course
- Direct Marketing – elective course

Main research interest: marketing strategy of SMEs, customer and user behavior, customer satisfaction and loyalty, advertising and PR

Journals (SSCI): Economic Research; E&M; Journal of East European Management Studies; Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research; Journal of Business Economics and Management; International Journal of Human-Computer Interaction; Marketing Intelligence & Planning; Eurasian Business Review.

Faculty of Economics - Skopje



Ezeni Brzovska
Associate professor



E-mail: ezeni@eccf.ukim.edu.mk

Courses:

- Product Management – compulsory course
- Managing Marketing Channels – compulsory course
- International Marketing - compulsory course

Main research interest: experience economy, children brand symbolism

Journals: Econviews; Information Society Journal; Dynamic Relationships Management Journal; Athens Journal of Tourism; Journal of Sustainable Development; CEA Journal of Economics; International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering.

Faculty of Economics - Skopje





Nikolina Palamidovska - Sterjadovska Associate professor



E-mail: nikolina@eccf.ukim.edu.mk

Courses:

- Marketing Research – compulsory course
- Public Relations – elective course

Main research interest: service quality, customer satisfaction, consumer behavior, marketing strategy

Journals (SSCI): Marketing Intelligence & Planning; Eurasian Business Review; Journal of East European Management Studies; Journal of Business Economics and Management; Economic Research; E&M
Ekonomie a Management.

Faculty of Economics - Skopje



Dimitar Jovevski



E-mail: dimitar.jovevski@eccf.ukim.edu.mk

Courses:

- Digital Marketing– compulsory course
- Social Media Marketing – elective course

Main research interest: digital marketing, digital marketing strategy, social media marketing, digital advertising

Journals: Journal of Sustainable Development; CEA Journal of Economics, Economic Outlook; Research Journal of Finance and Accounting

Faculty of Economics - Skopje





Regional cooperation – teaching/study stay

- Faculty of Economics – Skopje welcomes prominent scientists and professors from abroad (especially those coming from the Universities listed among 200 best Universities on Shanghai ranking of Universities in the world) willing to provide lectures at the Faculty.
- Study stays at the Faculty of Economics - Skopje

Faculty of Economics - Skopje



Regional cooperation – topics for research

- Topic and framing analysis of the marketing communications statements of the selected organizations in the region
- Neuromarketing
- M-banking service quality
- Social media users' engagement
- Social media (advertising) impact on behaviour of X, Y, Z generation

Faculty of Economics - Skopje





Ovo smo mi: slikom, imenom, riječju,
u godini 100. rođendana našeg Fakulteta...



23 člana
Katedre za
marketing



ČLANOVI KATEDRE ZA MARKETING

Redoviti profesori u trajnom zvanju:

Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen
Prof. dr. sc. Jurica Pavičić (**Dekan**)
Prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić
Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin
Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević (**Pročelnik**)

Docenti:

Doc. dr. sc. Morana Fudurić
Doc. dr. sc. Sandra Horvat
Doc. dr. sc. Andrea Lučić
Doc. dr. sc. Irena Pandža Bajs

Professor emeritus:

Prof. dr. sc. Tanja Kesić
Prof. dr. sc. Mira Marušić
Prof. dr. sc. Jozo Previšić
Prof. dr. sc. Nataša Renko

Redoviti profesori:

Prof. dr. sc. Mirko Palić (**zamjenik Pročelnika**)
Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh
Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić

Poslijedoktorand:

Dr. sc. Tanja Komarac

Izvanredni profesori:

Izv. prof. dr. sc. Ružica Brečić
Izv. prof. dr. sc. Zoran Krupka
Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić
Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare
Izv. prof. dr. sc. Goran Vlašić

Asistenti:

Branka Dropulić, mag. oec.
Dora Gačeša, mag. oec.
Lucija Mihotić, mag. oec.
David Skala, mag. oec.
Anja Špoljarić, mag. oec.

Kratko o povijesti naše Katedre

Svoj današnji naziv i organizacijski oblik, Katedra je dobila 19. prosinca 1991. godine.

Današnji naziv, **Katedra za marketing**, pripada novijoj povijesti, no povijest proučavanja marketinga u Hrvatskoj i na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu seže značajno dalje u prošlost.

Već u 1920. godini, prvoj godini postojanja Visoke škole za trgovinu i promet, u nastavnom programu su bile discipline koje se mogu slobodno svrstati u šire područje marketinga (Nauka o trgovini, Trgovačka nauka (Eksport-import robe) i Tehnika međunarodne trgovine).

Godine 1980., buduća Katedra za marketing izdvaja se kao **Odjel za tržišno poslovanje** i zadržava taj naziv sve do službenog osnivanja **Katedre za marketing** 1991. godine.

KOLEGIJI

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij PE smjer Marketing

OBVEZNI KOLEGIJI	
4. GODINA	5. GODINA
Ponašanje potrošača	Međunarodni marketing
Istraživanje tržišta	Marketing poslovnih tržišta
Profesionalna prodaja i pregovaranje	Marketing usluga
Marketinška komunikacija	Marketing neprofitnih organizacija
Strategija marketinga	Marketing inovacija
Upravljanje marketingom	

KOLEGIJI

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij PE smjer Marketing

IZBORNI KOLEGIJI

3. GODINA, 4. GODINA, 5. GODINA

Upravljanje proizvodom	Upravljanje odnosima s klijentima (CRM)
Upravljanje cijenama	Upravljanje prodajom
Kanali distribucije	Oglašavanje
Digitalni marketing	Odnosi s javnošću
Marketing malih i srednjih poduzeća	Interaktivna marketinška komunikacija
Upravljanje markom	

ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

EU HORIZON 2020 (2016. – 2021.)

„STRENGTH2FOOD: STRENGTHENING EUROPEAN FOOD CHAIN SUSTAINABILITY BY QUALITY AND PROCUREMENT POLICY“

Koordinatorice hrvatskog tima: **doc. dr. sc. Ružica Brečić** i **prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić**

Suradnica na projektu: **doc. dr. sc. Andrea Lučić**



ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKT FINANCIRAN OD STRANE HRVATSKE ZAKLADE ZA ZNANOST (2018. – 2022.)

„DOPRINOS INTERNE KOMUNIKACIJE USPJEŠNOSTI
ORGANIZACIJE: POLOŽAJ, KANALI, MJERENJE I ODNOS S
POVEZANIM KONCEPTIMA“

Voditeljica: **prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić**

Suradnice na projektu (s Katedre):

prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić i **Anja Špoljarić, mag. oec.**

IntComORG



ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKT FINANCIRAN OD STRANE HRVATSKE ZAKLADE ZA ZNANOST (2019. – 2023.)

Program suradnje s hrvatskim znanstvenicima u dijaspori "ZNANSTVENA
SURADNJA,,

„ISPITIVANJE STAVOVA DJECE U HRVATSKOJ O MATEMATICI – RAZVOJ
MARKETINŠKIH STRATEGIJA ZA VEĆU USPIJEŠNOST KURIKULARNE
REFORME”

Voditeljica: **izv. prof. dr. sc. Ružica Brečić**

Suvoditelj: dr. sc. Dario Cvenček - University of Washington – Institute for
Learning and Brain Science, Seattle

Suradnici: **izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić**

Doktorandi: **Dora Gačeša, mag. oec. i David Skala, mag. oec**

Partner: Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH



ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKT FINANCIRAN OD STRANE HRVATSKE ZAKLADE ZA ZNANOST (2020. – 2025.)

“OSNAŽIVANJE FINANIJSKE SPOSOBNOSTI
MLADIH POTROŠAČA KROZ PROGRAME
EDUKACIJA I BIHEVIORALNE INTERVENCIJE”

Voditeljica: **doc. dr. sc. Andrea Lučić**



ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKT EUROPSKOG SOCIJALNOG FONDA (2018. – 2020.):

“ODRAZI SE ZNANJEM - POKRENI ZAJEDNICU,,

Fakulteti i udruge zajedno za održivi razvoj lokalnih
zajednica; istraživač na projektu i koordinator projekta
na strani EFZG: **doc. dr. sc. Morana Fuđurić**





ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKT SVEUČILIŠTA U VILNIUSU,
FINANCIRAN OD STRANE
ISTRAŽIVAČKOG VIJEĆA REPUBLIKE LITVE
(2019. - 2022.):

„FACTORS INFLUENCING THE WILLINGNESS TO DISCLOSE
PERSONAL DATA, AND ITS IMPACT ON THE CHOICE OF A
PURCHASING CHANNEL” - član projektnog tima:

izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare



V-EXECUTIVE
Executive edukacije u turizmu i
hotelijerstvu

VALAMAR
All you can holiday

Direktor programa: izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet

FET
Fakultet Ekonomije i Turizma
"Dr. Miroslav Matić"

INSTITUT ZA
FAKULTET ZA MENADŽMENT
I TURIZMU I GOSTITELJSTVO

spite
SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

UNIVERSITET U BEOGRADU
UNIVERSITY OF BELGRADE



ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

ZNANSTVENI CENTAR IZVRSNOSTI ZA
ŠKOLSKU EFEKTIVNOST I MENADŽMENT

Voditelj: prof. dr. sc. Jurica Pavičić





ISTRAŽIVAČKI RAD / PROJEKTI

PROJEKTI FINANCIRANI SVEUČILIŠNOM POTPOROM ZNANSTVENIM I UMJETNIČKIM ISTRAŽIVANJIMA:

„VALIDACIJA UPITNIKA ZADOVOLJSTVA INTERNOM
KOMUNIKACIJOM I UTVRĐIVANJE POVEZANOSTI SA
ZADOVOLJSTVOM SA ŽIVOTOM“
(voditeljica: **prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić**)



„UTJECAJ INOVATIVNOSTI MARKE NA SPREMNOST
POTROŠAČA NA PLAĆANJE RAZLIČITIH RAZINA CIJENA“
(voditelj: **izv. prof. dr. sc. Zoran Krupka**)

„ANALIZA STAVOVA DJECE I RODITELJA O ZDRAVOJ HRANI“
(voditeljica: **doc. dr. sc. Ružica Brečić**)



LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2019.)

**Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajlić, S.,
Drašković, N. (2019). PRINCIPI PRODAJE I
PREGOVARANJA**, Zagreb: EFZG.



Kadić-Maglajlić, S., Drašković, N., **Tomašević
Lišanin, M. (2019). PRINCIPI PRODAJE I
PREGOVARANJA**, dopunjeno i izmijenjeno
BH izdanje, Sarajevo: EFSA.



LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2019.)

Tomašević Lišanin, M., Palić, M.,
prijevod i opsežan predgovor
hrvatskom izdanju
međunarodnog bestsellera i
klasika pregovaranja
(Harvard Negotiation Project):
"KAKO DO DA"
(izvorno: Getting to Yes, autora
Fisher R., Ury, W., Patton, B.),
Zagreb: Školska knjiga
(ISBN-13: 9789530620070).





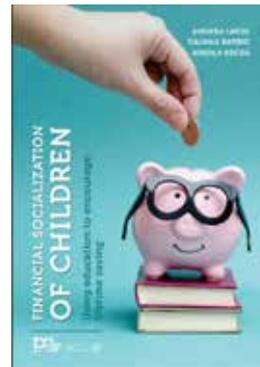
LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2020.)

Lučić, A. (2020): **ETIKA I DRUŠTVENA ODGOVORNOST MARKETINGA**, Zagreb: Narodne novine (ISBN 97893953-811-454).



LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2020.)

Lučić, A., Barbić, D., Erceg N. (2020). **FINANCIAL SOCIALIZATION OF CHILDREN: USING EDUCATION TO ENCOURAGE LIFETIME SAVINGS**. Zagreb: Faculty of Economics and Business, University of Zagreb (ISBN 978-953-346-124-3).



LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2019.)

Ingþórsson, Á. H., Alfirević, N., Pavičić, J., Vican, D., eds. (2019). **EDUCATIONAL LEADERSHIP IN POLICY: CHALLENGES AND IMPLEMENTATION WITHIN EUROPE**. Palgrave Macmillan

Pološki Vokić, N., Obadić, A., Sinčić Ćorić, D. (2019). **GENDER EQUALITY IN THE WORKPLACE – MACRO AND MICRO PERSPECTIVES ON THE STATUS OF HIGHLY EDUCATED WOMEN**. Cham: Palgrave Macmillan, ISBN: 978-3-030-18860-3, doi:10.1007/978-3-030-18861-0

Šerić, M., Ozretić Došen, Đ. (2019). **ANALYZING THE EFFECTS OF ONLINE AND OFFLINE COMMUNICATION IN THE HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY: THE PLS APPROACH**. U: Ali, F., Rasoolimanesh, S. & Cobanoglu, C. (ur.) **APPLYING PARTIAL LEAST SQUARES IN TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH**. Bingley BD16 1WA, Ujedinjeno Kraljevstvo, Emerald Publishing Limited, str. 211-231 doi:10.1108/978-1-78756-699-620181010.

Komarac, T., Ozretić Došen, Đ. (2019) **OTKRIVANJE PRILIKA ZA POBOLJŠANJE POSLOVANJA MUZEJSKIH PRODAVAONICA - PRIMJER MUZEJA SUVREMENE UMJETNOSTI U ZAGREBU**. U: Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (ur.) **ISTRAŽIVANJE TURISTIČKIH TRŽIŠTA**. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, str. 159-165.



LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2019.)

Malthouse, E. C., Hessary, Y. K., Vakeel, K. A., Burke, R., **Fudurić, M.** (2019). An Algorithm for Allocating Sponsored Recommendations and Content: Unifying Programmatic Advertising and Recommender Systems. **Journal of Advertising**, 48(4), 366-379.

Malthouse, E. C., Vakeel, K. A., Hessary, Y. K., Burke, R., **Fuduric, M.** (2019, January). A Multistakeholder Recommender Systems Algorithm for Allocating Sponsored Recommendations. In **RMSE@ RecSys** (Conference Proceedings)

Komarac, T., Ozretić Došen, Đ., Jurić Bulatović, V. (2019). The role of special event in attracting museum visitors and popularizing museums. U: Zadel, Z. & Smolčić, D. (ur.) **Tourism in Southern and Eastern Europe 2019** - Conference Proceedings. Opatija, University of Rijeka Faculty of Tourism and Hospitality Management, str. 375-387 doi:10.20867/tosee.05.38.

Lučić, A., Dabić, M., Finley, J. (2019). Marketing innovation and up-and-coming product and process innovation. **International Journal of Entrepreneurship & Small Business**, 37 (3): 434-448, doi:10.1504/ijesb.2019.101108.

LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2019.)

Komarac, T., Ozretić Došen, Đ., Škare, V. (2019). Investigating museum professionals' opinions about the role of the museum shop. **International Journal of Arts Management**, 21 (3), 28-41.

Rydén, P., Kottika, E., Hossain, M., **Škare, V.,** Morrison, A. M. (2019). Threat or treat for tourism organizations? The Copenhagen Zoo social media storm. **International Journal of Tourism Research**, 1-12., DOI: 10.1002/jtr.2322

Šerić, M., **Ozretić Došen, Đ., Škare, V.** (2019). How can perceived consistency in marketing communications influence customer-brand relationship outcomes?. **European Management Journal**, DOI: 10.1016/j.emj.2019.08.01

Ozretić Došen, Đ., Malešević, K., **Komarac, T., Škare, V.** (2019). Marketing Perceptions of National and Nature Parks Managers – The Case of Croatia. **European Journal of Tourism Research**, 23, 191-20

Komarac, T., Ozretić Došen, Đ., Škare, V. (2019). Managing edutainment and perceived authenticity of museum visitor experience: Insights from qualitative study. **Museum management and curatorship**, DOI: 10.1080/09647775.2019.1630850

Anić, I.-D., **Škare, V.,** Kursan Milaković, I. (2019). The determinants and effects of online privacy concerns in the context of e-commerce. **Electronic commerce research and applications**, 36, DOI: 10.1016/j.elerap.2019.100868

LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2020.)

Ozretić Došen, Đ., Škare, V., Čerfalvi, V., Benceković, Ž., **Komarac, T.** (2020). Assessment of the Quality of Public Hospital Healthcare Services by using SERVQUAL, **Acta Clinica Croatica**, 59(2): 285-293.

Sinčić Čorić, D., Pološki Vokić, N., **Tkalac Verčić, A.** (2020). Does good internal communication enhance life satisfaction?, **Journal of Communication Management**, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0146>

Nyuur, R., **Brečić, R.,** Murphy, P. (2020). Managerial perceptions of firms' corporate sustainability strategies: Insights from Croatia. **Sustainability**, 12(1), 251.

Angell, R., Bottomley, P., **Brečić, R.,** Filipović, J., Gorton, M., Logkizidou, M., White, J. (2020). Configuring perceived fit to mitigate consumer animosity in the context of cross-border sport sponsorships. **European Sport Management Quarterly**, 1-20.

LITERATURA I NAJNOVIJI ZNANSTVENI RADOVI (2020.)

Fudurić, M., Malthouse, E. C., Lee, M. H. (2020). Understanding the drivers of cable TV cord shaving with big data. **Journal of Media Business Studies**, 17(2): 172-189.

Lučić, A. (2020). Measuring Sustainable Marketing Orientation—Scale Development Process. **Sustainability**, 12 (5), 1734: 1-22, doi:10.3390/su12051734

Sinčić Ćorić, D., Lučić, A., Brečić, R., Šević, A., Šević, Ž. (2020). An Exploration of Start-ups' Sustainable Marketing Orientation (SMO), **Industrial Marketing Management**, 91: 176-186.

Brečić, R., Sinčić Ćorić, D., Lučić, A., Gorton, M., Filipović, J. (202x). Local Food Sales and Point of Sale Priming: Evidence from a supermarket field experiment. **European Journal of Marketing** – rad prihvaćen za objavu.



Glavna urednica:
prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen

www.efzg.unizg.hr/market



www.efzg.unizg.hr/market



- WOS ESCI
- Scopus
- EBSCO Publishing
- ProQuest ABI/INFORM
- C.E.E.O.L.
- EconLit
- ERIH
- Hrčak
- RePEc
- Index Copernicus
- Cabell's International

32
godine
izlaženja

autori iz
više od
50
zemalja

27 članova
uredničkog
odбора





www.efzg.unizg.hr/market

Why should you consider publishing in the Market - Tržište journal?



- follows **development trends** of the marketing science and its practical application
- is an **open-access** journal with **no publishing fee**
- offers an excellent opportunity for **international visibility**
- has an **editorial board** consisting of **distinguished, internationally recognized** marketing scholars
- has **rigorous review process** (2 blind reviews, approx. 2-3 rounds) performed by a large number of **experienced reviewers**



ODRŽANI ZNANSTVENI SKUPOVI (2019.)

EUPRERA XXI Annual Congress
September 26-28, 2019
University of Zagreb, Croatia



JOY ~ Using strategic communication
to improve the quality of life

Abstracts by **March 1, 2019**
www.euprera2019.com



ODRŽANI ZNANSTVENI SKUPOVI (2019.)



Kongres u zajedničkoj organizaciji **CROMAR-a** (Hrvatske udruge za marketing) i **Katedre za marketing EFZG**

Međunarodni programski odbor

33 rada iz Hrvatske i inozemstva

Keynote govornici:

mr. sc. Marin Pucar, predsjednik Uprave poduzeća Podravka d.d.

Nikola Vrdoljak, partner u komunikacijskoj agenciji 404

Konferencija održana od 12.12. do 13.12.2019. na EFZG

Mogućnost objave radova: Special issue of **MARKET-TRŽIŠTE**, Zagreb International Review of Economics and Business (**ZIREB**), **Ekonomski pregled, Naše gospodarstvo/Our economy, Proceedings**

Održana doktorska radionica pod vodstvom profesorice **Mary Brennan** (University of Edinburgh Business School)



ODRŽANI ZNANSTVENI SKUPOVI (2020.)



2020 EMAC
regional conference
Challenging
the status quo
in marketing
research

18 – 19 September 2020
University of Zagreb
Faculty of Economics & Business
Zagreb, Croatia



EMAC Regional 2020. Conference (online)

Konferencija održana od 16.9. do 19.9.2020.

Organizacijski odbor: **doc. dr. sc. Morana Fudurić**, **doc. dr. sc. Sandra Horvat**,
izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare, **dr. sc. Tanja Komarac** i **Branka Dropulić**, mag. oec.
(pridruženi član)

168 sudionika iz 36 zemalja

Pre-conference Early Researcher Symposium

Četiri atraktivna predavanja

Edward C. Malthouse (Northwestern University)

Jonathan Copulsky (Northwestern University)

Joško Brakus (Leeds University Business School)

Josipa Majić (ID Guardian)

Mogućnost objave radova u: **Journal of Business Research, Market-Tržište, Conference Proceedings**

REZULTATI KOJE POSTIŽEMO – NAGRADE (2019.)

Nagrada Fedor Rocco (2019):

Tomašević Lišanin, M., **Kadić-Maglajlić, S.**, **Drašković,**
N. (2019): "PRINCIPI PRODAJE I PREGOVARANJA",
Ekonomski fakultet – Zagreb



REZULTATI KOJE POSTIŽEMO – NAGRADE (2019.)

2019. Journal of Advertising Best Article Award:

Edward C. Malthouse, Yasaman Kamyab Hessary, Khadija
Ali Vakeel, Robin Burke, **Morana Fudurić** (2019),
„AN ALGORITHM FOR ALLOCATING SPONSORED
RECOMMENDATIONS AND CONTENT: UNIFYING
PROGRAMMATIC ADVERTISING AND RECOMMENDER
SYSTEMS". Journal of Advertising, 48(4): 366-379



REZULTATI KOJE POSTIŽEMO – NAGRADE (2019.)

Nagrada Hrvatske udruge za marketing,
za najbolji doktorski rad pod naslovom:
“UTJECAJ OBRAZOVNO-ZABAVNIH SADRŽAJA
NA PERCIPIRANU AUTENTIČNOST
POSJETITELJEVA ISKUSTVA MUZEJOM”

Autorica: dr. sc. Tanja Komarac

Mentorica: prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen



KAKO RADIMO NA KATEDRI ZA MARKETING?

Studente potičemo na **kritičko, ali i kreativno promišljanje** te rad u **timovima** (u okviru kolegija osmišljavamo timske zadatke/projekte, izradu kolaža, provedbu kratkih empirijskih istraživanja itd.).

U sklopu kolegija **Upravljanje proizvodom** (nositeljica: prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen) - projektni zadatak temeljen na marketinškoj računalnoj simulaciji “MixPro” u okviru koje **studenti upravljaju virtualnim poduzećem** (izvrsna kombinacija teorije i prakse).

U sklopu kolegija **Upravljanje odnosima s klijentima** (nositelj: izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić) - suradnja **Microsofta, Adacte i EFZG** - studenti rade na konkretnom projektu s Microsoftovim parterom, ADACTA.

U sklopu kolegija **Osnove marketinga** studenti (2. godine) sudjeluju na projektu „Hrvatska pamet Hrvatskoj“ i pritom na razini Hrvatske, **svake godine uđu u finale i osvajaju prva mjesta**.



KAKO RADIMO NA KATEDRI ZA MARKETING?

RADIONICA ZA PISANJE DIPLOMSKOG RADA

izvođači: doc. dr. sc. Morana Fudurić, doc. dr. sc. Sandra Horvat i dr. sc. Tanja Komarac

Upoznajemo studente s relevantnim **bibliografskim bazama** te ih potičemo na konzultiranje recentne znanstvene literature

Studente potičemo na **samostalan rad** i usvajanje dodatnih znanja kroz izradu seminarskih radova

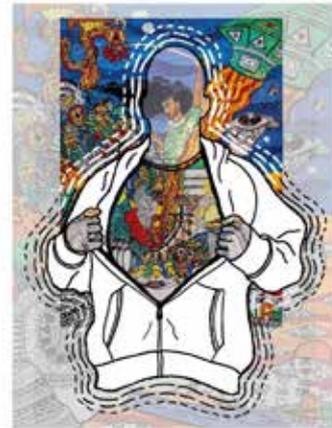
Studente pozivamo na sudjelovanje u **radionicama** koje će im pomoći u izradi pisanih radova

www.efzg.unizg.hr/radionica-diplomski





Raduje nas svaki uspjeh naših sadašnjih i bivših studenata i njihova svestranost.



IZLOŽBA
PRVA DERIVACIJA
01.12. - 23.12.2016.
Ekonomski fakultet Zagreb
Trg Lj. Končića 6, Zagreb
www.komunikacija.efzg.hr

IZLOŽBA

Prva Derivacija je izložba koja će biti otvorena od 1. prosinca 2016. godine u Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Izložba će biti otvorena od 1. prosinca 2016. godine do 23. prosinca 2016. godine. Izložba će biti otvorena od 1. prosinca 2016. godine do 23. prosinca 2016. godine.



MOGUĆNOSTI NASTAVKA STUDIJA: SPECIJALIZACIJE

Poslijediplomski specijalistički studiji:

- **SPDS Marketing neprofitnih organizacija** (voditelj: prof. dr. sc. Jurica Pavičić)
- **SPDS Marketinški menadžment** (voditeljica: prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen)
- **SPDS Menadžment prodaje** (voditelji: prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin i prof. dr. sc. Mirko Palić)
- **SPDS Poslovni marketing** (voditeljica: prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Čorić)
- **SPDS Poslovno upravljanje - MBA** (voditelji: prof. dr. sc. Tihomir Vranešević i prof. dr. sc. Darko Tipurić)
- **SPDS Upravljanje marketinškom komunikacijom** (voditeljica: prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić)



MOGUĆNOSTI NASTAVKA STUDIJA: SPECIJALIZACIJE

Specijalistički diplomski stručni studiji

Digitalni marketing – Digimar

voditelji studija:

izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare

doc. dr. sc. Sandra Horvat

doc. dr. sc. Morana Fudurić

Prva generacija: 2020./2021.

Trajanje studija: 2 godine



digimar.net.efzg.hr



MOGUĆNOSTI NASTAVKA STUDIJA: SPECIJALIZACIJE

Specijalistički diplomski stručni studiji

Menadžment i marketing maloprodaje

Voditelji studija:
prof. dr. sc. Dario Dunković (Katedra za trgovinu i međunarodno poslovanje)
prof. dr. sc. Mirko Palić (Katedra za marketing)

Prva generacija: 2020./2021.

Trajanje studija: 2 godine



MOGUĆNOSTI NASTAVKA STUDIJA

Diplomski sveučilišni studij PE, na engleskom jeziku

Master Degree in Business (MDiB): Marketing

Prva generacija: 2020./2021.

Trajanje studija: 1 godina

Programme Structure

Compulsory courses:

- Consumer Behavior (6 ECTS)
- Integrated Marketing Communications (6 ECTS)
- Marketing Research (6 ECTS)
- Marketing Strategy (6 ECTS)
- Personal Selling and Negotiation (6 ECTS)

Elective courses:

- Brand Management (5 ECTS)
- Business to Business (B2B) Marketing (5 ECTS)
- Customer Relationship Management (CRM) (4 ECTS)
- Interactive Marketing Communications (4 ECTS)
- International Marketing (5 ECTS)
- Marketing Planning (5 ECTS)
- Sales Management (4 ECTS)
- Services Marketing (5 ECTS)

MOGUĆNOSTI NASTAVKA STUDIJA

Poslijediplomski sveučilišni (doktorski) studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Voditeljica studija
(od generacije 2016./2017.):
prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen





<http://www.efzg.unizg.hr/marketing>

#zastovolimefzg

#febunizg





KATEDRA ZA MARKETING

Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu

Oktobar 2020



ČLANOVI KATEDRE ZA MARKETING

Redovni profesori:

1. Prof. dr Vesna Babić-Hodović
(rukovodilac katedre)
2. Prof. dr Nenad Brkić
(zamjenik rukovodioca katedre)
3. Prof. dr Emir Agić
4. Prof. dr Melika Husić-Mehmedović
5. Prof. dr Emir Kurtović
6. Prof. dr Almir Peštek

Vanredni profesori:

1. Prof. dr Adi Alić
2. Prof. dr Maja Arslanagić-Kalajdžić
3. Prof. dr Selma Kadić-Maglajlić
4. Prof. dr Eldin Mehić

Docenti:

Doc. dr Denis Berberović
(sekretar katedre)

Viši asistenti:

Asistenti:

Ass. dr Alisa Mujkić



Studenti na Katedri za marketing

I ciklus cca 1.900 bakalaureata

- 2005-2020

II ciklus cca 500 mastera

- 2010-2020

III ciklus 34 doktora nauka

- 2010-2020

Smjer Marketing Management

- Akreditacije AACSB i EPAS (EFMD)
- Do sada dvije reakreditacije
- Smjer na engleskom jeziku
- Jedan od dva EPAS akreditirana smjera na EFSA
- Do sada na ovom smjeru diplomiralo cca 170 studenata



Marketing Management (I ciklus studija na engleskom jeziku)

Obavezni predmeti	Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Marketing	Marketing Research	B2B Marketing
Marketing Management	Service Marketing	Brand Management
	Consumer Behavior	E-Marketing
	Distribution Channel Marketing	Non-Profit Organization Marketing
	Price Management	Marketing in SMEs
	Marketing Communications	Public Relations and Corporate Communications
	Global Marketing	Business Ethics
		Sales Principles
		Foreign-Trade Business



Odsjek menadžment – smjer marketing (I ciklus)

Obavezni predmeti	Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Marketing	Istraživanje marketinga	B2B marketing
Marketing menadžment	Marketing usluga	Brend menadžment
	Ponašanje potrošača	E-marketing
	Marketing kanala distribucije	Marketing neprofitnih organizacija
	Upravljanje cijenama	Marketing u malom i srednjem biznisu
	Marketing komuniciranje	Odnosi s javnošću i korporativno komuniciranje
	Globalni marketing	Poslovna etika
		Principi prodaje
		Vanjskotrgovinsko poslovanje



Visoka poslovna škola – smjer marketing

Obavezni predmeti	Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Marketing	Istraživanje marketinga	B2B marketing
Marketing menadžment	Marketing usluga	CRM i relationship marketing
	Marketing komuniciranje	Marketing luksuznih i modnih proizvoda
	Marketing kanala distribucije	Marketing neprofitnih organizacija
	Globalni marketing	Marketing u malom i srednjem biznisu
	E-marketing	Odnosi s javnošću i korporativno komuniciranje
	Ponašanje potrošača	Poslovna etika
	Vanjskotrgovinsko poslovanje	Principi prodaje
		Poslovno komuniciranje
		Upravljanje brendom

Odjek menadžment/Visoka poslovna škola – smjer turizam
(saradnja sa Katedrom za menadžment i organizaciju)

Obavezni predmeti	Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Marketing	Turističke usluge i ponašanje potrošača	Brendiranje turističke destinacije
Marketing menadžment	Istraživanje turističkog tržišta	Globalizacija i turistički trendovi
	Marketing komunikacija u turizmu	Razvoj održivog turizma
	E -marketing i distributivni kanali u turizmu	Specifične vrste turizma
	Globalni marketing	

Napomena:

Navedeni su samo predmeti nominovani sa Katedre za marketing



Odsjek menadžment – smjer marketing menadžment (II ciklus)

Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Strateško upravljanje marketingom	B2B marketing menadžment
Analiza ponašanja potrošača	Digitalni marketing i društveni mediji
Upravljanje proizvodima i uslugama	Interkulturalno komuniciranje i pregovaranje u marketingu i prodaji
Primijenjeno istraživanje marketinga	Kvalitativna metodologija u marketingu
Globalni marketing	Marketing planiranje
Marketing analitika	Prodaja i prodajni menadžment
Upravljanje marketing komuniciranjem	Strateški brend menadžment
Upravljanje marketing kanalima	Upravljanje marketingom u neprofitnim organizacijama
	Upravljanje marketingom usluga
	Upravljanje odnosima s javnošću i korporativnim komuniciranjem

Odsjek menadžment – smjer turizam (II ciklus)
(saradnja sa Katedrom za menadžment i organizaciju)

Obavezni smjerski predmeti	Izborni smjerski predmeti
Strateški marketing u turizmu	CRM u turizmu
Poslovno komuniciranje i pregovaranje u turizmu	Marketing turističke destinacije
Upravljanje kanalima distribucije i marketing komuniciranjem	Međunarodne marketing strategije, politike i instrumenti
Primijenjeno istraživanje u turizmu	Savremeni trendovi u ponašanju turista

Napomena:
Navedeni su samo predmeti nominovani sa Katedre za marketing



Komercijalni master programi

- Napredni marketing menadžment (saradnja sa Zagrebom)
- Trgovinski menadžment
- Turizam (saradnja sa Opatijom)

Projekti i istraživački rad

- Članovi katedre su redovno uključeni u naučno-istraživačke ili komercijalne projekte.
- Neki od njih su:
 - Brendiranje Kantona Sarajevo (sa Ekonomski institut Sarajevo)
 - International Research on Hidden Champions in CEE countries (sa IEDC Bled School of Management)
 - Interreg - Danube Transnational Programme (IPA) – Women in Business
 - Interreg - Danube Transnational Programme (IPA) – Preserving First World War Heritage



Literatura – 2020

- Knjige:
 - Marketing analitika I, Emir Agić, 2019
 - Marketing analitika II, Emir Agić, 2019
 - Marketing luksuznih i modnih proizvoda, Melika Husić-Mehmedović, 2018
- Više članaka u procesu objavljivanja u referentnim časopisima
- Nekoliko knjiga u pripremi

Kako radimo na Katedri za marketing?

- Dobro 😊
- Redovne mjesečne sjednice
- Diskusije o prijavama završnih radova
- Unapređenje kvaliteta prijave završnih radova
- Po potrebi se organizuju tematske i elektronske sjednice Katedre
- U vrijeme pandemije Katedra je nastavila neometano sa radom – sjednice su se održavale online (real time)



Rezultati koje postižemo

- Obimna nastava
- Naučno-istraživački rad objavljen u međunarodno referentim časopisima i od strane međunarodnih izdavača
- Projekti
- Edukacije za kompanije

Istraživački interesi članova katedre

NASTAVNIK/CA	AKTUELNI ISTRAŽIVAČKI INTERESI
Prof. dr. Vesna Babić-Hodović	Marketing usluga, zadovoljstvo i lojalnost kupaca, upravljanje brendom, marketing strategija, turizam, bankarske usluge, upravljanje kvalitetom u uslugama
Prof. dr. Nenad Brkić	Strateški marketing, Brand management, Marketinške komunikacije, Korporativne komunikacije i odnosi s javnošću, Prodaja i prodajni menadžment.



Istraživački interesi članova katedre

NASTAVNIK/CA	AKTUELNI ISTRAŽIVAČKI INTERESI
Prof. dr. Emir Agić	Strateški marketing, cijene, kvantitativne metode
Prof. dr. Almir Peštek	Digitalni marketing, društveni mediji, turizam
Prof. dr. Adi Alić	Privatne marke, Politički marketing, Marketing u malom biznisu, Trgovina-distribucija, Globalni marketing, Branding

Istraživački interesi članova katedre

NASTAVNIK/CA	AKTUELNI ISTRAŽIVAČKI INTERESI
Prof. dr. Melika Husić-Mehmedović	<ol style="list-style-type: none"> 1. Neuromarketing (EEG and eye-tracking; visual attention; emotions) 2. Luxury consumption (luxury branding; segmenting luxury market)
Prof. dr. Maja Arslanagić-Kalajdžić	B2B Marketing, Marketing Accountability, Customer Value, Global Branding
Doc. dr. Denis Berberović	Qualitative methodology, Marketing Communications, Consumer Culture Theory (CCT), Consumer Identity Projects, Symbolic Consumption



Hvala!

- Za sve dodatne informacije i upite:
vesna.babic-hodovic@efsa.unsa.ba
(rukovodilac katedre)
denis.berberovic@efsa.unsa.ba
(sekretar katedre)





Univerzitet u Tuzli
Ekonomski fakultet

Uža naučna oblast Marketing



Lista predmeta u okviru UNO Marketing

Ekonomija, I ciklus (III i IV godina studija):

- Poslovna korespondencija
- Uvod u tržišno poslovanje
- Marketing
- Međunarodni marketing
- Upravljanje odnosima s kupcima
- Marketing u trgovini
- Marketing usluga
- Poslovna etika
- Marketing komuniciranje
- Veleprodajno i maloprodajno poslovanje
- Spoljnotrgovinsko poslovanje
- E-marketing
- Upravljanje prodajom i pregovaranjem

Ekonomija, II ciklus:

- Strategije međunarodnog poslovanja
- Strateško upravljanje markom
- Strateški marketing
- Korporativno komuniciranje

Ekonomija, III ciklus:

- Izabrane teme iz marketinga
- Strateški međunarodni marketing
- Teorija i praksa integriranih marketinških komunikacija
- Tržišta roba i usluga



Lista predmeta u okviru UNO Marketing

Menadžment u Turizmu, I i II ciklus:

- Osnovi marketing usluga
- Marketing u turizmu
- Brendiranje i menadžment turističkih destinacija
- Ponašanje potrošača u turizmu
- Integrisano marketinško komuniciranje u turizmu

Poslovna ekonomija, I i II ciklus:

- Poslovna korespondencija i uredsko poslovanje
- Osnovi marketinga
- Osnovi međunarodnog marketinga
- Marketing finansijskih usluga
- Upravljanje nabavkom i prodajom
- Osnovi promocije i odnosa s javnošću
- Marketing planiranje
- Digitalne poslovne komunikacije
- Međunarodna trgovina
- Trgovinska marka
- Poslovni marketing
- Međunarodna trgovina
- Strategije ulaska na inostrana tržišta
- Marketing usluga
- Strateško upravljanje maloprodajom
- Tržišno komuniciranje

Nastavno osoblje na UNO Marketing

Profesori:

Dr. sc. Mustafa Sinanagić, red. prof.

Dr. sc. Ermina Smajlović, vanr. prof.

Dr. sc. Beriz Čivić, vanr. prof.

Dr. sc. Alma Muratović, docent

Asistenti, spoljni saradnici:

Edina Mustačević, bac. oec.

Dženita Pirić, bac. oec.

Amela Duraković, bac. oec.



Neko od mogućnosti intenzivnije saradnje i osnove za uspostavljanje čvršćeg network-a ...

Između nastavnog osoblja:

- ✓ poboljšanje sillabus-a za predmete u okviru UNO Marketing
- ✓ uspostavljanje zajedničke elektroničke lokacije (baza ili share na G-drive
- ✓ gdje bi se vršila:
 - razmjena literature i nastavnog sadržaja
 - razmjena magistarskih i doktorskih disertacija
 - intenzivnije povezivanje oko naučno-istraživačkog rada: pisanje članaka, projekata i sl.
- ✓ međusobno učešće u komisijama za izbore nastavnika i komisijama za ocjene i odbrane magistarskih i doktorskih radova

Između studenata:

- povezivanje studenata kroz timski rad na izradi studentskih radova (seminara, case studies i drugih projektnih radova)
- povezivanje studenata kroz razne radionice, okrugle stolove, konferencije u kojima će studenti imati svoju sesiju itd.

Jedna od motivirajućih poruka koju komuniciramo prema našim studentima

Ako ste...

M arljivi
A mbiciozni
R adoznali
K reativni
E nergični
T emeljiti
I novativni
N eumorni
G enijalni



... pridružite nam se!

... bit ćemo bezrezervna podrška Vašem
rastu i razvoju u **primjenjivom znanju.**





Studijski programi

**Akademski studijski program
poslovne ekonomije (ASP)**



- Računovodstvo i revizija
- Biznis

**Stručni studijski program
poslovne ekonomije (SSP)**

- Finansijsko-računovodstveni
- Menadžment i marketing u turizmu



fppt.com



NASTAVNICI : KATEDRA ZA MARKETING

- **DOC.DR.KENAN MAHMUTOVIĆ**
email: kenan.mahmutovic@efbi.unbi.ba
kenan.mahmutovic@gmail.com

Predmeti:
DIGITALNI MARKETING / E-MARKETING
ISTRAŽIVANJE MARKETINGA
OSNOVE MARKETINGA
DIGITALNI MARKETING U TURIZMU



NASTAVNICI KATEDRA ZA MARKETING

- **DOC.DR.ARNELA NANIĆ**
Email: arnela.nanic@efbi.unbi.ba
arnela.nanic@gmail.com

Predmeti:
PONAŠANJE POTROŠAČA
GLOBALNI MARKETING
UPRAVLJANJE MARKOM
MARKETING MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA
PODUZETNIČKI MARKETING



SARADNICI NA KATEDRI ZA MARKETING

- ASS.KUDIĆ MAJDA
email: kudicmajda@gmail.com

Vanjski saradnici:

Ass.dr Alma Džanić
email: almatdzanic@gmail.com
Ass.Almir Tahirovic
email: almirtahirovic@outlook.com
Ass. Amina Kazaferovic
email: amina.kazaferovic2@gmail.com

fppt.com

Predmeti iz marketinga koji se trenutno izvode prema NPP-u

I CIKLUS STUDIJA:

- OSNOVI MARKETINGA
- MARKETING ISTRAŽIVANJE
- MARKETING MENADŽMENT
- GLOBALNI MARKETING
- DIGITALNI MARKETING
- PONAŠANJE POTROŠAČA
- OGLAŠAVANJE I ODNOSI S JAVNIŠĆU
- UPRAVLJANJE MARKOM
- MARKETING U TURIZMU
- ISTRAŽIVANJE TURISTIČKIH TRŽIŠTA
- BRENDIRANJE U TURIZMU

IZBORNI PREDMETI:

- MARKETING PLANIRANJE
- DIREKTNI MARKETING
- PONAŠANJE POTROŠAČA U TURIZMU
- MARKETING USLUGA

II CIKLUS STUDIJA:

- DIGITALNI MARKETING U TURIZMU
- PODUZETNIČKI MARKETING

- IZBORNI:
MARKETING PLANIRANJE
UPRAVLJANJE ODNOSIMA S JAVNOŠĆU
UPRAVLJANJE PRODAJOM I KLJUČNIM KUPCIMA

fppt.com



19  98

EKONOMSKI FAKULTET BIHAĆ
UNIVERZITET U BIHAĆU

Pape Ivana Pavla II
77000 Bihać
Tel: 00387 37 222-511 (Centrala)
Tel: 00387 37 228-071 (Studentska služba)

<https://www.efbi.unbi.ba/>

Facebook page: Ekonomski fakultet Bihać

YouTube: EFBI Bihac

Dobrodošli

