

ŽIVOTOPIS

Dr. sc. Mirko Palić rođen je 1972. godine u Zagrebu. Državljanin je Republike Hrvatske. Osnovnu školu završio je u Zagrebu, gimnaziju u LaJunta, Colorado, SAD. Nakon povratka iz SAD-a, upisuje Ekonomski fakultet u Zagrebu, a 1999. godine diplomirao je na smjeru Organizacija i management. Godine 1993. dobio je Rektorovu nagradu Sveučilišta u Zagrebu za rad „Challenge in Management Perspectives“. Iste godine jedan je od utemeljitelja udruge „Mladi hrvatski manager“. Godine 2002. upisao je znanstveni Poslijediplomski studij „Teorija i politika marketinga“ na Ekonomskom fakultetu Zagreb, te magistrirao 16. svibnja 2005. godine, obranivši magistarski rad pod nazivom „Vrednovanje maloprodajnih kanala distribucije financijskih usluga“ pod mentorstvom prof. dr. sc. Marije Tomašević Lišanin. Godine 2005. završava stručni program „Professional diploma in Retail Management“, Leeds Metropolitan University u suradnji s Ekonomskim fakultetom Zagreb, potom 2006. godine CARNet-ovu E-learning Academy gdje stječe Diplomom E-learning managera, a 2007. godine i „Edukaciju za stjecanje kompetencija visokoškolskih nastavnika“ u organizaciji Filozofskog fakulteta u Zagrebu. U prosincu 2011. pohađao je i završio radionicu za mentore na doktorskim studijima pod nazivom „Professionalization of Ph.D. supervision“ u Organizaciji Sveučilišta u Zagrebu. Doktorsku disertaciju pod naslovom „Utjecaj inovacija na marketinšku uspješnost maloprodajnih poduzeća“, obranio je 10. lipnja 2008. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu pod mentorstvom prof. dr. sc. Marije Tomašević Lišanin. Odlukom Matičnog odbora za područje društvenih znanosti izabran je 02. ožujka 2009. godine u znanstveno zvanje znanstvenog suradnika, a 27. svibnja 2009. godine Vijeće društveno-humanističkog područja potvrđuje izbor u znanstveno-nastavno zvanje docenta u području društvenih znanosti, polje ekonomija. Odlukom Matičnog odbora za područje društvenih znanosti izabran je u znanstveno zvanje višeg znanstvenog suradnika 13. prosinca 2013. godine, a Vijeće društveno-humanističkog područja potvrđuje izbor u znanstveno-nastavno zvanje izvanrednog profesora u području društvenih znanosti, polje ekonomija, grana marketing 19. veljače 2014. godine.

Radno iskustvo pristupnik je stjecao u poduzeću Konzum d.d. – na mjestu rukovoditelja službe unapređenja prodaje (2000-2001), u Chromosu, tvornici grafičkih boja d.d., na mjestu direktora prodaje (2001-2003), a od rujna 2003. godine zaposlen je kao asistent na Ekonomskom fakultetu Zagreb na Katedri za marketing, te je od tada kontinuirano sudjelovao na izvođenju seminarske nastave na predmetima „Marketing“ (druga godina „predbolonjskog“ sveučilišnog dodiplomskog studija), „Vještina prodavanja i pregovaranja“ (četvrta godina diplomskog studija Poslovne ekonomije, smjer Marketing), „Marketing EBIP“ (druga godina dodiplomskog studija; na engleskom jeziku), kao i kolegija „Marketing“ na stručnom studiju.

Od srpnja 2008. godine radi na Ekonomskom fakultetu Zagreb u svojstvu višeg asistenta, te dozvolom Fakultetskog vijeća izvodi nastavu (predavanja i seminare) na kolegijima „Kanali distribucije“ i „Marketing“.

U svojstvu docenta, od 2009. godine do danas, pristupnik je bio nositelj i/ili predavač na slijedećim kolegijima:

- „Kanali distribucije“ – izborni kolegij na trećoj, četvrtoj ili petoj godini integriranog preddiplomskog i diplomskog sveučilišnog studija „Poslovne ekonomije“ (nositelj i izvođač),

- „Osnove marketinga“ – obavezni kolegij na drugoj godini integriranog preddiplomskog i diplomskog sveučilišnog studija „Poslovne ekonomije“ (nositelj i izvođač),
- „Marketing“ – obavezni kolegij na drugoj godini preddiplomskog studija „Poslovne ekonomije“ koji je u curriculumu zamijenjen kolegijem „Osnove marketinga“ te se više ne izvodi pod tim imenom (izvođač),
- E-learning kolegij „Marketing“ – kolegij na drugoj godini preddiplomskog studija „Poslovne ekonomije“,
- „Upravljanje marketingom“ – razlikovni kolegij na sveučilišnom diplomskom studiju „Poslovne ekonomije“ smjer „Marketing“ (nositelj i izvođač),
- „Marketing Management“ – obavezni kolegij na četvrtoj godini preddiplomskog sveučilišnog studija „Bachelor Degree in Business“ koji se izvodi na engleskom jeziku (nositelj i izvođač),
- „Osnove marketinga“ – obavezni kolegij na preddiplomskom stručnom studiju „Poslovne ekonomije“ na smjerovima „Trgovinsko poslovanje“ i „Turističko poslovanje“ (nositelj i izvođač),
- „Osobna prodaja i pregovaranje“ – obavezni kolegij na preddiplomskom stručnom studiju „Poslovne ekonomije“ (više se ne izvodi),
- „Marketinški kanali“ – izborni kolegij na specijalističkom diplomskom stručnom studiju „Ekonomika poduzetništva“ (nositelj i izvođač),
- „Maloprodajni marketinški kanali“ – obavezni kolegij na specijalističkom diplomskom stručnom studiju „Menadžment i marketing maloprodaje“ (nositelj i izvođač),
- „Upravljanje marketingom“ – obavezni kolegij na preddiplomskom sveučilišnom studiju „Poslovne ekonomije“ (nositelj i izvođač),
- „Marketing I“ na Grafičkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu (nositelj i izvođač),
- „Marketinški menadžment“ na specijalističkom poslijediplomskom studiju „Menadžment prodaje“ (izvođač),
- „Poduzetnički marketing“ na specijalističkom poslijediplomskom studiju „Strateško poduzetništvo“ (nositelj i izvođač),
- „Marketing i promocija zdravlja“ i „Marketing u obrazovanju“ na master studiju Ekonomskog fakulteta u Sarajevu (nositelj i izvođač) (ak.god. 2009/2010),
- „Poduzetnički marketing“ na sveučilišnom studiju „Poslovne ekonomije“ na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Bihaću, II. ciklus studija, studijski program „Menadžment i poduzetništvo“ (nositelj i izvođač) (ak. god. 2016/2017),
- gost predavač na Eastern Illinois University – Study Abroad Programu (na engleskom jeziku),
- „Upravljanje kategorijama i privatnim markama“ – izborni kolegij na specijalističkom poslijediplomskom studiju „Menadžment prodaje“ (nositelj i izvođač),
- „Marketing u funkciji specijalnog rata“ – izborni kolegij na poslijediplomskom sveučilišnom doktorskom studiju „Ekonomija i globalna sigurnost“ (nositelj i izvođač).

Mentorirao je velik broj seminarskih radova, 272 završna rada, 129 diplomskih radova, 45 specijalističkih poslijediplomskih radova, 14 znanstvenih magistarskih radova i jednu doktorsku disertaciju. Bio je mentor na radovima i projektima studenata koji su osvojili nekoliko Dekanovih i Rektorovih nagrada.

Predložio je ili uveo novi, ili inovirani sadržaj predmeta, ili uveo nove eksperimentalne ili praktične nastavne metode na preddiplomskom, diplomskom ili poslijediplomskom studiju uz odobrenje nadležnog stručnog tijela visokog učilišta:

- predložio i inovirao sadržaj kolegija „Kanali distribucije“ u okviru stručnog preddiplomskog studija programa preddiplomskog (bolonjskog) sveučilišnog studija Poslovne ekonomije na Ekonomskom fakultetu u Centru Koprivnica, i to na poticaj i uz odobrenje nadležnih tijela Ekonomskog fakulteta,
- inovirao je postojeći kolegij „Kanali distribucije“ na preddiplomskom sveučilišnom studiju uvođenjem nove eksperimentalne/praktične nastavne metode - korištenje e-learninga temeljem odobrenja Fakultetskog vijeća od 24. travnja 2012. godine,
- predložio i uveo novi kolegij pod nazivom „Marketing u funkciji specijalnog rata“ na poslijediplomskom doktorskom studiju „Ekonomija nacionalne sigurnosti“,
- predložio i uveo novi kolegij pod nazivom „Marketinški kanali“ na specijalističkom diplomskom stručnom studiju „Ekonomika poduzetništva“,
- predložio i uveo novi kolegij pod nazivom „Marketinški kanali i suvremene tehnologije“ na poslijediplomskom doktorskom studiju „Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju“ na Sveučilištu u Dubrovniku, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, zajedno s izv. prof. dr. sc. Marijom Dragičević,
- predložio i uveo novi kolegij „Maloprodajni marketinški kanali“ – obavezni kolegij na specijalističkom diplomskom stručnom studiju „Menadžment i marketing maloprodaje“.

Kao asistent i docent sudjeluje na sljedećim znanstveno-istraživačkim projektima Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa: „Razvoj suvremenih prodajno-distribucijskih sustava u hrvatskim poduzećima“, broj 067-0000000-2493, voditelj projekta: prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin, te „Procjena i unapređenje kapaciteta civilnog društva za pružanje socijalnih usluga“, broj 067-0661686-2342, voditelj projekta: prof. dr. sc. Jurica Pavičić. Također je kao istraživač bio i suradnik na tri interna znanstveno-istraživačka projekta Ekonomskog fakulteta u Zagrebu: „Razvoj metodološke strateške evaluacije djelovanja neprofitnih organizacija u dinamičnom okruženju (voditelj prof. dr. sc. J. Pavičić), „Definiranje okvira marketinške strategije Ekonomskog fakulteta Zagreb (voditelj prof. dr. sc. M. Tomašević Lišanin), „Međunarodno akademsko usavršavanje djelatnika ekonomskih fakulteta u Hrvatskoj: nužnost ili izazov?“ (voditelj prof. dr. sc. J. Pavičić), te na nekoliko komercijalnih projekata Ekonomskog fakulteta: „Poslovno upravljanje i organizacijsko strukturiranje Hrvatskih šuma d.o.o“ – u dijelu „Upravljanje imidžom i korporativnom markom Hrvatskih šuma“, „Konceptija i provedba poslovne strategije Croatia osiguranja d.d.“ – u dijelu koji se odnosi na marketinško-prodajnu strategiju, zatim „Organizacijsko strukturiranje i poslovno upravljanje HEP grupom“ – u dijelu „Razvoj marke i korporativne kulture HEP grupe“ i „Croatia osiguranje – Mjerenje zadovoljstva klijenata“. Suradnik je na projektu Sveučilišta u Zagrebu pod nazivom „Razvoj metodologije upravljanja projektima na implementacijama e-kolegija“ (voditeljica prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić).

Pristupnik je objavio, kao autor ili koautor, 57 znanstvenih radova i 24 stručna članka. Aktivno sudjeluje na međunarodnim i domaćim znanstvenim i stručnim skupovima. Bio je član organizacijskog odbora međunarodne znanstvene konferencije „3rd International Customer Behavior and Retailing Research Conference“, član organizacijskog odbora XIX. Kongresa CROMAR-a "Marketinške paradigme za 21. stoljeće", koji se održao na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, te član znanstvenog odbora 8th CIRCLE International Conference održane u Dubrovniku i 9th CIRCLE International Conference, Santa Eulalia, Španjolska.

Od 2007. do 2015. godine tajnik je specijalističkog poslijediplomskog studija „Upravljanje prodajom“ koji je od svibnja 2015. godine preimenovan u „Menadžment prodaje“.

Od siječnja 2015. godine do danas suvoditelj je specijalističkog poslijediplomskog studija „Menadžment prodaje“ zajedno s prof. dr. sc. Marijom Tomašević Lišanin.

Od 01.10.2018. godine zamjenik je pročelnika Katedre za marketing.

Od lipnja 2018. godine imenovan je voditeljem specijalističkog diplomskog stručnog studija „Menadžment i marketing maloprodaje“ zajedno s izv. prof. dr. sc. Dariom Dunkovićem.

Od listopada 2019. godine imenovan je voditeljem specijalističkog preddiplomskog stručnog studija „Poslovne ekonomije“.

Aktivno je sudjelovao u radu raznih odbora Ekonomskog fakulteta, a trenutno je član Odbora za specijalističke poslijediplomske studije, član Odbora za Stručne studije, predsjednik Knjižničnog odbora i član Fakultetskog vijeća Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Područja znanstvenog i nastavnog interesa obuhvaćaju marketing, upravljanje marketingom, kanale distribucije, marketing maloprodaje i metode kvantificiranja marketinških napora. Pristupnik aktivno govori i piše na engleskom jeziku. Od 2003. godine član je Hrvatske zajednice udruga za marketing – CROMAR, te suosnivač i izvršni direktor Hrvatske udruge profesionalaca u prodaji – HUPUP od 2008. godine. Od 2016. godine član je Komisije za marketing i oglašavanje pri Croatia International Chamber of Commerce u sklopu HGK. Suosnivač je i dopredsjednik Udruge INTEGRA – Udruga za integraciju djece s razvojnim poremećajima – pro bono. Član je Nadzornog odbora Udruge Alumni Ekonomskog fakulteta Zagreb od lipnja 2011. do lipnja 2013. Od veljače 2011. godine pomoćni je urednik, a od siječnja 2013. do porosinca 2017. godine i glavni urednik znanstvenog časopisa *International Journal of Sales, Retailing and Marketing* (www.ijrm.com). Od 2012. godine član je uredništva znanstvenog časopisa *International Journal of Management Cases* (www.ijmc.org) te od 2014. godine član je uredništva i znanstvenog časopisa *Arab Economic and Business Journal* (<http://www.journals.elsevier.com/arab-economic-and-business-journal/>). Recenzent je za nekoliko uglednih domaćih i internacionalnih znanstvenih časopisa, međunarodnih znanstvenih konferencija, zbornika i sveučilišnih udžbenika.

Kronološki popis objavljenih znanstvenih i stručnih radova

Znanstveni radovi:

1. Bratić, D., Palić, M., Tomašević Lišanin, M., Gajdek, D. (2018): **“Green marketing communications in the function of sustainable development”**, 11th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Research Advancements in National and Global Business Theory and Practice, Sep. 12-14, University of Malta, Valletta, Malta, Rad u cijelosti objavljen u Conference Proceedings, Vrontis, D., Weber, Y., Tsoukatos, E. (ed) , str. 185-198 (ISSN 2547-8516, ISBN: 978-9963-711-67-3)
2. Tutek, N., Palić, M., Tutek, E. (2018): **“Model upravljanja informacijama i znanjem u svrhu razvoja novog proizvoda banke”**, *Poslovna izvrsnost*, Vol. 12, No. 1, str. 91-112 (ISSN 1848-9060 Online, ISSN 1846-3355 Print)

3. Sačer, S. Palić, M., Grunhagen, M., Kundid, T. (2017): **“Determinants of Choice Migration Destination: Evidence from the Western Balkan Transit Route”**, *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*, Vol. 6, No. 1, str. 48-60 (ISSN 2045-810X).
4. Nanić, A., Palić, M. (2017): **“Potrošački etnocentrizam: pokretač ili kočnica razvoja gospodarstva Bosne i Hercegovine”** (Consumer ethnocentrism: Promotor or stumbling block to economic development of Bosnia and Hercegovina), *Poslovna izvrsnost*, Vol. 11, No. 1, str. 41-60, (ISSN 1846-3855).
5. Tomašević Lišanin, M., Galfi, A., Palić, M. (2016): **“Role of the New Media as a Distribution Channel for Accommodation Services in Tourism”**, 1st Croatian Direct Marketing Association Conference - CRODMA Conference, Theme: Integrated marketing: Challenges of big data technology, 20th – 21st October, FOI, Varaždin Croatia. Full paper published in: Dobrinić, D. (ed.), *Book of Papers*, pp. 111 – 121, (ISSN 2459-7953).
6. Palić, M., Božić, R., Kovač, I. (2016): **“Customer Loyalty Programs in Croatian FMCG Retail”**, TAKE - Theory and Applications in the Knowledge Economy Conference, Aveiro University, Portugal, July 6 - 8, Full paper published in: Tomé, E. (ed): *Proceedings of the International Conference Theory and Application in the Knowledge Economy (TAKE 2016)*, pp. 731-750 (ISBN 978-989-20-6806-0).
7. Kovač, I., Palić, M., Lovrić, M. (2016): **„Primjena modela optimizacije upravljanja asortimanom (OPTAS model) na maloprodajnim mjestima u Republici Hrvatskoj“**, *Poslovna izvrsnost*, Vol. 10, No. 1, str. 35 – 51 (ISSN 1846-3355).
8. Kovač, I., Palić, M. (2016): **„Model for Optimization of Assortment Management in a Retail Store – OPTAS“**, *International Journal of Sales, Retailing & Marketing*, Vol. 5, No. 1, pp. 3-13 (ISSN 2045-810X).
9. Razum, A., Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2015): **„Sustainability Marketing: The Case of Croatia”**, 40th Annual Macromarketing Conference: Marketing as Provisioning Technology: Integrating Perspectives on Solutions for Sustainability, Prosperity, and Social Justice, Qinan School of Business, Loyola University Chicago, U.S.A., June 25 – 28, Full paper published in: Shultz, C., Beton, R., Kravets, O. (ur): *Proceedings of the 40th Annual Macromarketing Conference*, pp. 798-804 (ISSN 2168-1473).
10. Majstrovic, P., Palić, M., Tomašević Lišanin, M. (2014): **„Impact of Sales Trainings on Sales Results of a Croatian Companies”**, 3rd International M-Sphere Conference for Multidisciplinarity in Business and Science, 02 – 04 October, Zadar, Croatia, Full paper published in: Vranešević, T. (ed): *2014 M-Sphere Conference Book of Papers*, pp. 229-240 (ISBN: 978-953-7930-06-6).
11. Marjan, I., Palić, M. (2014): **„Aplikacija metoda za mjerenje vrijednosti marke na tržištu Republike Hrvatske”**, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, godina 12, broj 1, lipanj, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 97-112. (ISSN: 1333-8900)
12. Tomašević Lišanin, M., Klarić, S., Palić, M. (2014): **„Challenges of meat distribution in HoReCa Channel in Croatia”**, 11th International CIRCLE Conference, 23 - 26 April, The University of Manchester, Manchester. Abstract published in: Vignali, G. (ed): *Book of Abstracts*, p. 118. Full paper published in *International Journal of Sales, Retailing & Marketing*, Vol. 4, No. 2, pp. 118-149 (ISSN 2045-810X).
13. Kovač, I., Palić, M., Kovač, I. (2014): **“Export Strategies of Croatian Companies”**, 2nd International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship: "Inside and outside of managerial mind - Building the bridges between disciplines", Dubrovnik, April 04-05. Rad objavljen u cijelosti u: Tipurć, D., Mešin, M. (ur.): *Proceedings of the 2nd International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship: "Inside and outside of managerial mind - Building the bridges between*

- disciplines", Zagreb, CIRU - Governance Research and Development Centre, 2014. str. 1034-1045 (ISBN: 978-953-57413-2-9).
14. Palić, M., Kovač, I., Sruk, B. (2013): „**Cooperative buying as a source of competitive advantage on the Croatian FMCG retail market**“, 9th International Conference: „Economic Integrations, Competition and Cooperation“, Opatija 17. – 19. travnja. Cjelovit rad objavljen u Kandžija, V., Kumar, A. (ur.): *Economic Integrations, Competition and Cooperation - Conference Proceedings*, University of Rijeka, Faculty of Economics, Rijeka, str. 246-253 (ISBN: 978-953-7813-19-2).
 15. Brečić, R., Butigan, B., Palić, M. (2013): „**Čimbenici koji utječu na adaptivno prodajno ponašanje u maloprodaji**“, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, Vol. 11, No. 1 Ekonomski fakultet Zagreb, str. 49-66 (ISSN 1333-8900).
 16. Bedek, A., Palić, M. (2013): „**Važnost čimbenika održivosti prilikom donošenja odluke o odabiru maloprodajnog poduzeća za kupnju proizvoda široke potrošnje**“, *Poslovna izvrsnost*, Vol. VII, No. 1, Ekonomski fakultet Zagreb i Hrvatski institut za kvalitetu, str. 9-27 (ISSN 1846-3355).
 17. Kovač, I., Galić Nagyszombaty, A., Palić, M. (2013): „**The Analysis of the Industrial New Orders Index and Procurement of Industrial Enterprises in Croatia**“, 1st International OFEL Conference on Corporate Governance, April 12, University of Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics, Dubrovnik, Abstracts of the Proceedings, str. 95, ISBN: 978-953-57413-1-2, Tipurić, D., Podrug, N. (ed.) *Conference Proceedings* (CD-ROM with full text), str. 908-918 (ISBN: 978-953-57413-2-9).
 18. Kovač, I., Palić, M. (2012): „**The analysis of the international trade and specialisation of the Croatian counties**“, *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 9, No. 4, Inderscience Publishers, str. 383-411 (ISSN online: 1753-3635, ISSN print: 1753-3627).
 19. Kadić-Maglajlić, S., Palić, M., Arslanagić, M. (2012): „**A Qualitative Approach Towards Intra-Organizational Cooperation Between Marketing and Sales Departments**“, *Sarajevo Business and Economics Review*, Vol. 32, October, str. 11-31 (ISSN 1986-5473).
 20. Kovač, I., Palić, M., Mihanović, D. (2012): „**International trade of goods as a determinant of GDP growth in Croatia**“, *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 9, No. 2, Inderscience Publishers, str.134–156 (ISSN online: 1753-3635, ISSN print: 1753-3627).
 21. Palić, M., Bedek, A. (2012): „**Attitudes and purchase decisions of Croatian consumers concerning choosing sustainable product**“, *International Journal of Sustainable Economy*, Vol. 4, No. 3, Inderscience Publishers, str. 300–318. (ISSN online: 1756-5812, ISSN print: 1756-5804).
 22. Kovač, I., Palić, M., Renko, S. (2012): „**Analysis of the international trade of Croatian counties**“, 9th CIRCLE International Conference, 11th-13th April, Sana Eulalia, Universiad de Leon, Abstract published in: Palić, M., Vignali, G. (ed.): *Book of Abstracts*, str. 124, (ISBN 978-1-56592-479-6). Full paper published in *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*, Special Issue, Vol. 1, No. 2, str. 96-112 (ISSN 2045-810X).
 23. Palić, M., Kovač, I., Brešan, L. (2011): „**Franchising as an entrepreneurial tool in Croatia**“, *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 9, Issue 4, Business Perspectives Publishing, str. 8-17 (ISSN 1727-7051).
 24. Palić, M., Brezonjić, I., Razum, A. (2011): „**Dissatisfaction variables of clients in the Croatian banks**“, 12th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development, 21.07. – 23.07., Singapur. Cjelovit rad objavljen u

- Jayachandran, C., Seshardi, S. (ur.): *Proceedings of the 12th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development 2011*, str. 1181-1190 (CD ISBN: 978-0-9837898-02, print ISBN: 987-0-9837898-3-3).
25. Palić, M., Maričić, M., Kovač, I. (2011): „**Impact of personal service on customer satisfaction in FMCG retail in Croatia**“, The 8th International CIRCLE Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, 27th - 29th April, University of Dubrovnik, Croatia. Abstract published in: Vignali, G., Vignali, C., Vranešević, T. (ed): *Book of Abstracts*, Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, p. 2, ISBN 978-953-6025-40-4. Cjelovit rad objavljen u *International Journal of Management Cases, Special Issue: 8th CIRCLE Conference 2011*, Vol. 13, Issue 3, str. 8-18 (ISSN 1741-6264).
 26. Kadić, S., Palić, M., Čičić, M. (2011): „**Improvement of personal sales efficiency in automotive retailing**“, *Ekonomska istraživanja*, Sveučilište Juraja Dobrile u Puli, Vol. 24, No. 2, lipanj, str. 112-125 (ISSN: 1331-677X).
 27. Palić, M. (2011): "**Marketing management from a different perspective**", *International Journal of Management Cases*, Special Issue: Evolution of Marketing Management in Croatia (Kovač & Palić, ed.), Vol. 13, Issue 2, Access Press, Lancashire, UK, str. 15-21 (ISSN 1741-6264).
 28. Palić, M., Razum, A. (2010): „**Utjecaj recesije na lojalnost potrošača u segmentu mode za mlade**“, Poglavlje 10. u Renko, S., Knežević, B., Vouk, R. (ur.): *Izazovi trgovine u recesiji*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 161-172 (ISBN-13-978-953-6025-38-1).
 29. Kovač, I., Grbac, B., Palić, M. (2010): „**Dominantni elementi marketinške orijentacije proizvođača pića u Hrvatskoj**“ (Dominant Elements of Market Orientation of Beverage Producers in Croatia), 2nd International Conference „Vallis Aurea“: Focus on Regional Development, September, 3rd 2010, Požega. Cjelovit rad objavljen u: Katalinić, B. (ur.): *Conference Proceedings*, Polytechnic of Požega, Croatia & DAAAM International Vienna, Austria, str. 605-613 (ISBN 978-953-7744-06-9, ISBN 978-3-901509-76-6).
 30. Palić, M., Bedek, A. (2010): “**Application of Sustainability Marketing Practice Among Croatian Top Brands**”, *5th International Conference: An Enterprise Odyssey: From Crisis to Prosperity – Challenges for Government and Business*, May 26-29, 2010, Conference Proceedings, University of Zagreb, Faculty of Economics & Business, editors: Galetić, L., Spremić, M., Ivanov, M., sažetak na str. 219-220, (ISBN-10: 953-6025-33-7), cjelovit rad na CD-u, str. 1443-1456 (ISBN-13: 978-953-6025-33-6).
 31. Palić, M., Tomašević Lišanin, M., Kovač, I. (2010): „**Utjecaj recesije na marketinške strategije hrvatskih poduzeća**“ u Leko Šimić, M. (urednica): *Marketing i održivi razvitak*, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 137-150 (ISBN 978-953-253-074-2).
 32. Palić, M., Grbac, B., Kovač, I. (2010): “**Level of Marketing Orientation Among Croatian Beverage Producers and Distributors**”, The 7th International CIRCLE Conference for Consumer Behavior and Retailing Research, April 7th – 9th, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE), Portugal. Cjelovit rad objavljen u *International Journal of Management Cases*, Special Issue: 7th International CIRCLE Conference 2010, Vol. 12, Issue 2, str. 463-472 (ISSN 1741-6264).
 33. Tomašević Lišanin, M, Palić, M., Ozimec, K. (2009): „**Sales Training Techniques in Croatia**“, *International Journal of Management Cases*, Vol. 11, Issue 3, Access Press, Lancashire, UK, str. 101-111 (ISSN 1741-6264).
 34. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2009): „**Sustainable Demand Management in Plitvice Lakes National Park, Croatia**“, Chapter 20 in Raj, R. & Musgrave, J (ed)

- Event Management and Sustainability*, CAB International – CABI, Oxfordshire, UK, str. 206-221 (ISBN 978 1 84593 524 5).
35. Palić, M., Tomašević Lišanin, M. (2009): **“Retailing innovation and marketing performance of grocery retailers in Croatia”**, The 6th International Customer Behavior and Retailing Research Conference, April 16th – 18th, University of Applied Sciences Voralberg, Austria. Cjelovit rad objavljen u *International Journal of Management Cases*, Special Issue: CIRCLE Conference 2009, Vol. 11, Issue 2, str. 272-285 (ISSN 1741-6264).
 36. Tomašević Lišanin, M., Palić, M., Ozimec, K. (2008): **“Izazovi upravljanja održivom potražnjom u Parku prirode Papuk”**, 1st International Conference “Valis Aurea”: Focus on regional development, Sept. 19th-20th, Požega, Cjelovit rad objavljen u Conference Proceedings (Katalinić, B., ed.), str. 959 – 968 (ISBN 978-953-98762-7-0).
 37. Palić, M. (2008): **„Utjecaj inovacija na marketinšku uspješnost maloprodajnih poduzeća“**, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb 2008.
 38. Tomašević Lišanin, M., Palić, M., Meštrović, R. (2008): **“Sustainable Demand Management in National Parks: Example of Plitvice Lakes National Park”**, 4th International Conference “An Enterprise Odyssey: Tourism – Governance and Entrepreneurship”, Hosted by: Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, June 11-14, Cavtat, Conference Proceedings (Abstracts), ISBN 978-953-6025-23-7, str. 236-237, Rad objavljen u zborniku na CD-ROM-u, urednici: Galetić, L., Čavlek, N., str. 1536 – 1556 (ISBN: 978-953-6025-24-4).
 39. Tomašević Lišanin, Palić, M., Rosić, M. (2008): **“Specialized seminars as an element of sales promotion tool in IT enterprises in Croatia”**, The 5th International Customer Behavior and Retailing Research Conference, March 26th – 29th, University of Nicosia, School of Business, Cipar. Cjelovit rad objavljen u *International Journal of Management Cases*, Special Issue: 5th CIRCLE Conference, Vol. 10, Issue 3, str. 52-63 (ISSN 1741-6264).
 40. Palić, M., Tomašević Lišanin, M. (2007): **“Performance evaluation of distribution channels for retail financial services”**, *World Journal of Retail Business Management*, Vol. 1, No. 3, World Research Organization, Isis Press, str. 122-139 (ISSN: 1990-8359).
 41. Pološki Vokić, N., Palić, M., Načinović, I. (2007): **"Povezanost obilježja studenata s njihovim zadovoljstvom studiranjem i percepcijama konkurentnosti"**, *Napredak*, Vol. 148, No. 2, Hrvatski pedagoško-književni zbor, str. 240-257 (ISSN 1330-0059).
 42. **Tomašević Lišanin, M., Palić, M., Čižmešija, M.: (2007): "Determinants Affecting Student's Selection of Higher Education Institution – Example of the Faculty of Economics and Business Zagreb"**, 6th International Symposium Economy & Business: Economic Development and Growth, September 10 – 14, Sunny Beach, Bugarska. Cjelovit rad objavljen u zborniku na CDROM-u: Economy & Business, International Scientific Publications, Vol. 1, Science Invest, Bourgas, Bugarska, str. 584-597 (ISBN: 978-954-9368-27-7).
 43. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2007): **“Retail Sector in Croatia: Growth Fueled by Marketing Innovations“**, *International Journal of Management Cases*, Vol. 9, No. 3/4, Special Issue, The 4th International Customer Behavior and Retailing Research Conference – CIRCLE, Università della Calabria, Italy, April 11th -14th, str. 348-359 (ISSN 1741-6264).
 44. Tomašević Lišanin, M., Palić, M., Lovrinović, I. (2007): **“Selling Financial Services through Postal Offices in Croatia: Opportunities and Challenges”**, 26th International Conference on Organizational Science Development, Slovenia, Portorož, March, 28th –

- 30th, Book of Abstracts, University of Maribor, str. 192 (ISBN 978-961-232-199-4), Conference Proceedings on CD, str. 1884-1900 (ISBN 978-961-232-200-7).
45. Tomašević Lišanin, M., Vranešević, T., Palić, M., Vignali, G. (2006): **“In search of a new marketing and sales strategy in the print media business: a Balkans case”**, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 3, No. 3/4, Inderscience Publishers, str. 348-365 (ISSN: 1476-1297).
 46. Tomašević Lišanin, M., Jakovčević, D., Palić, M. (2006): **“Distribution of Financial Services through Post Office Network”**, The 3rd International Customer Behavior and Retailing Research Conference – CIRCLE, Ekonomski fakultet Zagreb, April 21-22, Conference Proceedings, str. 243-260 (ISBN: 953-6025-15-9).
 47. Palić, M. (2005): **“Oblikovanje i empirijsko testiranje modela za vrednovanje uspješnosti maloprodajnih kanala distribucije financijskih usluga”**, *Zbornik ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, Broj 3, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 227-248 (ISSN: 1333-8900).
 48. Palić, M. (2005): **“Vrednovanje maloprodajnih kanala distribucije financijskih usluga”**, znanstveni magistarski rad, Ekonomski fakultet Zagreb, Sveučilište u Zagrebu.
 49. Tomašević Lišanin, M., Lovrinović, I., Palić, M. (2005): **“Prilike i izazovi upravljanja ključnim kupcima u financijskom sektoru”**, XIX kongres Hrvatske zajednice udruga za marketing CROMAR: Marketinške paradigme za 21 stoljeće, 21.-22. listopada, Ekonomski fakultet Zagreb, zbornik sažetaka str. 33-35, cjelovit rad na CD ROM-u, str. 323-336 (ISBN 953-6025-13-2).
 50. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2005): **“Challenges in distribution of financial services in Croatia”**, 2nd International Conference on Consumer Behaviour and Retailing Research, May 28-30, Vaduz, Linhenstain, Conference Proceedings, Verlag Dr. Kovač, Hamburg, 2006., str. 173-189 (ISSN1613-9100, ISBN 3-8300-2194-1).
 51. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2004): **„Upravljanje odnosima s kupcima u financijskim institucijama: Teorijsko - praktični aspekti“**, *Tržište*, Vol. XVI, No. 1/2, CROMAR, Hrvatska zajednica udruga za marketing, str. 17-28 (ISSN 0353 4790).
 52. Tomašević Lišanin, M., Lovrinović, I., Palić, M. (2004): **“Non-financial Issues of Mergers and Acquisitions: Cases from Croatian Banking Sector”**, *The Business Review, Cambridge*, Journal of American Academy of Business, Vol. 1., No. 2, srpanj, str. 230-239 (ISSN: 1540 – 1200).
 53. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2004) **„Distribucija“**, poglavlje XI, Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (urednici), *Marketing*, 2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, str. 289-309 (ISBN 953-99712-0-9)
 54. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2004): **„Marketinški doprinos približavanju Hrvatske Europskoj uniji u području zaštite okoliša i gospodarenja otpadom“**, *Ekonomski pregled*, Vol. 55, broj 5-6, str. 436-455 (ISSN 0424-7558).
 55. Tomašević Lišanin, M., Vranešević, T., Palić, M. (2004): **“Acquisition in the Print Media Sector: The Case of Austrian “Styria Medien”, and Croatian “Večernji list””**, *International Journal of Management Cases*, Vol. 7, Issue 2, 2004., Pallace Press, Pallace Villa, University of Gloucestershire, str. 15-29 (ISSN: 1741-6264).
 56. Tomašević Lišanin, M., Jakovčević, D., Palić, M. (2004): **“Importance of Corporate Communications in Mergers and Aquisitions: Theoretical Background and Empirical Evidence from Croatian Banking Sector”**, 2nd International Conference: *An Enterprise Odyssey: Building Competitive Advantage*, June 17-19, Zbornik konferencije, An Enterprise Odyssey: Building Competitive Advantage, University of Zagreb, urednik: Galetić, L., sažetak na str. 267-269 (ISBN 953-6025-10-8), cjelovit rad na CD-u, str. 1880-1893 (ISBN 953-6025-09-4).

57. Tomašević Lišanin, M., Palić, M. (2003): „**Ko-opeitivni marketinški pristup zaštiti okoliša i gospodarenju otpadom u Republici Hrvatskoj**“, XVIII Kongres Hrvatske zajednice udruga za marketing CROMAR: Marketing u razvoju infrastrukture Hrvatskog gospodarstva, 23.-25. listopada, Split, Zbornik skupa, str. 155-170 (ISBN 953-99410-1-6).

Stručni članci:

1. Palić, M.: „Impulsna zona u prodavaonici“, *Progressive magazine*, br. 1/2, veljača 2012., CMG Media Solutions, Zagreb, str. 30 (ISSN 1331-7865)
2. Palić, M.: „Rast kao imperativ u maloprodaji“, *InStore*, siječanj 2012, Miremaks, d.o.o., Zagreb, str. 20-21 (ISSN1848-3577)
3. Palić, M.: “Impulsna kupnja”, *Poslovni savjetnik*, broj 20/21, srpanj/kolovoz 2006., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 70 (ISSN 1845-092X)
4. Palić, M.: “Trgovačke marke”, *Poslovni savjetnik*, broj 11, listopad 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 48-49 (ISSN 1845-092X)
5. Palić, M.: “Visidot - alternativa RFID-u?”, *Progressive magazine*, god. IV, br. 44, rujan 2005., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 45 (ISSN 1331-7865)
6. Palić, M.: “Elementi za stvaranje ugođaja u prodavaonici: Osvjetljenje”, *Poslovni savjetnik*, broj 10, kolovoz 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 36 (ISSN 1845-092X)
7. Palić, M.: “Glazba u prodavaonici”, *Poslovni savjetnik*, broj 8/9, srpanj/kolovoz 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 31 (ISSN 1845-092X)
8. Palić, M.: “ECR – Efficient Consumer Response”, *Progressive magazine*, god. IV, br. 42, srpanj 2005., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 38 (ISSN 1331-7865)
9. Palić, M.: “Aroma marketing”, *Poslovni savjetnik*, broj 7, lipanj 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 34 (ISSN 1845-092X)
10. Palić, M.: “Vizualna komunikacija u prodavaonici”, *Poslovni savjetnik*, broj 6, svibanj 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 36 (ISSN 1845-092X)
11. Palić, M.: “Ponašanje, zadovoljstvo i lojalnost kupaca”, *Progressive magazine*, god. IV, br. 40, svibanj 2005., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 38 (ISSN 1331-7865)
12. Palić, M.: “Upravljanje asortimanskim skupinama u maloprodaji – “Category Management”, *Poslovni savjetnik*, broj 4, ožujak 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 43 (ISSN 1845-092X)
13. Palić, M.: “E-retailing”, *Progressive magazine*, god. IV, br. 38, ožujak 2005., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 36 (ISSN 1331-7865)
14. Palić, M.: “Unapređenje prodaje kao element promotivnog miksa u maloprodaji”, *Poslovni savjetnik*, broj 3, veljača 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 38 (ISSN 1845-092X)
15. Palić, M.: „Metode za određivanje mikrolokacije prodajnog mjesta“, *Poslovni savjetnik*, veljača 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 36-39 (ISSN 1845-092X)
16. Palić, M.: “Izgradnja lojalnosti u maloprodaji putem trgovačkih kartica”, *Poslovni savjetnik*, broj 2, siječanj 2005., Centar za management i savjetovanje, Zagreb, str. 33 (ISSN 1845-092X)
17. Palić, M.: “Raspoloživost proizvoda u prodavaonici”, *Progressive magazine*, god. IV, br. 36, siječanj 2005., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 39 (ISSN 1331-7865)

18. Palić, M. (2004): „GETRO – Marketinška strategija“, poslovni slučaj u knjizi „Marketing“, (ur. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.), Adverta, Zagreb, str. 407-411 (ISBN 953-99712-0-9)
19. Palić, M.: “Pojačaj malo! (Utjecaj glazbe na kupovno ponašanje u prodavaonici)”, *Progressive magazine*, god. III, br. 34, studeni 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 36 (ISSN 1331-7865)
20. Palić, M.: “Financijske mjere 2”, *Progressive magazine*, god. III, br. 33, listopad 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 38 (ISSN 1331-7865)
21. Palić, M.: “Financijske mjere (u maloprodaji)”, *Progressive magazine*, god. III, br. 32, rujan 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 38-39 (ISSN 1331-7865)
22. Palić, M.: “Aroma marketing”, *Progressive magazine*, god. III, br. 31, kolovoz 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 44 (ISSN 1331-7865)
23. Palić, M.: “Prostorni plan prodavaonice – Store layout”, *Progressive magazine*, god. III, br. 30, srpanj 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 30 (ISSN 1331-7865)
24. Palić, M.: “Privatne trgovačke marke (Private labels)”, *Progressive magazine*, god. III, br. 28, svibanj 2004., Crier Media Grupa, Zagreb, str. 44-45 (ISSN 1331-7865)

Prikazi

1. Palić, M. (2019): „Principi prodaje i pregovaranja“, Prikaz knjige, *Suvremena trgovina*, Vol. 44, Br. 3, str. 70 (ISSN 1330-0180)
2. Palić, M. (2018): Trade Perspectives in the Context of Safety, Security, Privacy and Loyalty, Prikaz knjige, *Zagreb International Review of Economics and Business*, Vol. XXI, No. 1, May, str. 119-121 (ISSN 1331-5609)
3. Palić, M. (2005): „Marketinški planovi: kako ih pripremati, kako ih koristiti“, autor Malcolm McDonald, Prikaz knjige, *Tržište*, Vol. 17, No. 1/2, Hrvatska zajednica udruga za marketing – CROMAR, Zagreb, str. 98-102 (ISSN 0353 4790).

Ostalo

1. Palić, M., Novak-Ištok, M. (2019): *Marketing 3*, udžbenik za 3. razred srednje strukovne škole, zanimanje: ekonomist, Alka Script (ISBN 978-953-294-238-5).
2. Fisher, R., Ury, W. (2019): Kako do DA: Postizanje sporazuma pregovaranjem bez popuštanja, Školska knjiga, Zagreb (ISBN 978-953-0-62007-0) – Predgovor hrvatskom izdanju i stručni prijevod: prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin i izv. prof. dr. sc. Mirko Palić
3. Palić, M. koautor u Mikić, M. i sur. (ur.): *Ekonomski leksikon*, 2. izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Masmedia, Zagreb, 2011., ISBN 978-953-268-013-3
4. Palić, M. koautor u Previšić, J. (ur.): *Leksikon marketinga*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2011. ISBN 978-953-6025-39-8
5. Palić, M. (2004): „GETRO – Marketinška strategija“, poslovni slučaj u knjizi „Marketing“, (ur. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.), Adverta, Zagreb, str. 407-411, ISBN 953-99712-0-9
6. Palić, M. (1999): *Hotel nade*, Naklada Matthias, Labin (kriminalistički roman)