

SVEUČILIŠNI INTEGRIRANI PRIJEDIPLOMSKI I DIPLOMSKI STUDIJ PE, SMJER
MARKETING
VIJEĆE SMJERA MARKETING

Prof. dr. sc. Goran Vlašić, voditelj Vijeća smjera
zaposlenici Katedre za marketing na radnom mjestu docenta i više
Dr. rer. soc. oec. Lucija Mihotić, tajnica Vijeća smjera

Zagreb, 22.9.2026.

ZAPISNIK SJEDNICE VIJEĆA SMJERA MARKETING

(SVEUČILIŠNI INTEGRIRANI PRIJEDIPLOMSKI I DIPLOMSKI STUDIJ PE, SMJER MARKETING)

Vijeće smjera Marketing, u sastavu voditelja Vijeća i 16 članova Katedre za marketing, koji su zaposlenici Katedre na radnim mjestima docenta i višima, razmotrilo je prijave tema diplomskih radova predane u prijavnom roku od **1.9.2026. do 10.9.2026. godine**. U nastavku se nalazi popis studenata i statusi njihovih prijava tema diplomskih radova.

VAŽNA NAPOMENA: ljubazno molimo studente da prilikom pisanja diplomskog rada slijede:

- [„PRAVILNIK O IZRADI PISANIH RADOVA NA INTEGRIRANOM PREDDIPLOMSKOM I DIPLOMSKOM SVEUČILIŠNOM STUDIJU“](#)
- [„UPUTE ZA IZRADU POPISA IZVORA NA EKONOMSKOM FAKULTETU U ZAGREBU“](#)

PRIHVAĆENE PRIJAVE:

R.BR.	NASLOV DIPLOMSKOG RADA	MENTOR
1.	Upravljanje recenzijama kao oblikom digitalnih sadržaja u djelatnosti restorana Krapinsko-zagorske županije	Prof. dr. sc. Vatroslav Škare
2.	Percepcija dvostruke uloge cijene i impulzivnost potrošača u kupnjama kozmetičkih proizvoda	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh
3.	Uloga društvenih mreža u prodaji na poslovnim tržištima	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin
4.	Razlike u stilovima, percepcijama i iskustvu pregovaranja među pripadnicima različitih radno aktivnih generacija	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin
5.	Analiza uloge cijene u percepciji kvalitete, motivaciji i namjeri kupovine kozmetičkih proizvoda	Prof. dr. sc. Goran Vlašić
6.	Percipirani i objektivno mjerljivi rizici u procesima kupoprodaje rabljenih vozila	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin
7.	Utjecaj društvenih mreža na donošenje investicijskih odluka privatnih ulagatelja (dopunjena prijava)	Izv. prof. dr. sc. Fran Galetić
8.	Uloga percipiranog rizika u odlučivanju o kupnji proizvoda s kineskih prodajnih platformi	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin

ODBIJENE PRIJAVE:

R.BR.	NASLOV DIPLOMSKOG GRADA
1.	The Impact of AI-Generated Marketing Content on Consumer Purchase Intentions

U ime Vijeća smjera Marketing, Sveučilišnog integriranog prijediplomskog i diplomskog studija PE,
prof. dr. sc. Goran Vlašić