

SVEUČILIŠNI INTEGRIRANI PRIJEDIPLOMSKI I DIPLOMSKI STUDIJ PE, SMJER
MARKETING

VIJEĆE SMJERA MARKETING

Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić, voditeljica

Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajš

Izv. prof. dr. sc. Andrea Lučić

Doc. dr. sc. Tanja Komarac

Lucija Mihotić, mag. oec., tajnica Vijeća smjera

Zagreb, 28. 2. 2024.

ZAPISNIK SJEDNICE VIJEĆA SMJERA MARKETING

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

Na sjednici Vijeća smjera Marketing, koja je održana **27. 2. 2024. godine**, razmatrane su prijave diplomskih radova predanih u prijavnom roku od 10.02. 2024. do 20. 02. 2024. 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.	JMBAG	NASLOV DIPLOMSKOG RADA	MENTOR	2. ČLAN POVJERENSTVA	3. ČLAN POVJERENSTVA	DATUM PRIJAVE TEME
1.	0067580146	Uloga društvenih mreža u kreiranju destinacijskog imidža Slavonije i Baranje	Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	Prof. dr. sc. Darko Prebežac	Doc.dr.sc. Tanja Komarac	14.02.2024.
2.	0067581388	Percepcije gledatelja o sponzorstvima i sponzoriranom sadržaju na Esport natjecanjima	Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	12.02.2024.
3.	0067585868	Primjena uslužno dominante logike u hotelijerstvu Republike Hrvatske	Prof.dr.sc. Đurđana Ozretić Došen	Prof. dr. sc. Darko Prebežac	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	12.02.2024.
4.	0067579762	Percepcije potrošača o ekološki prihvatljivoj ambalaži prehrambenih proizvoda	Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	19.02.2024.
5.	0067583111	Zadovoljstvo korisnika video streaming servisima u Republici Hrvatskoj	Prof.dr.sc. Đurđana Ozretić Došen	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	19.02.2024.
6.	0067580989	Uloga proširene stvarnosti u iskustvu kupovine i	Prof. dr. sc. Marija	Prof. dr. sc. Mirko Palić	Izv. prof. dr. sc. Sandra	19.02.2024.

		povećanju prodaje u kozmetičkoj industriji	Tomašević Lišanin		Horvat	
7.	0067580744	Istraživanje uloge fizičkih obilježja prodajnog okruženja u odlučivanju o kupnji odjeće pripadnika Z generacije	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin	Prof. dr. sc. Mirko Palić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	15.02.2024.
8.	0067598511	Održivost obiteljskog poduzeća na poslovnom tržištu	Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić	Prof. dr. sc. Mislav Ante Omazić	Izv. prof. dr. sc. Andrea Lučić	19.02.2024.
9.	0067571332	Uloga marketinške komunikacije u oblikovanju potrošačkih preferencija i odluka o kupnji bezreceptnih lijekova i dodataka prehrani	Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	19.02.2024.
10.	0066264739	Primjena teorije planiranog ponašanja u objašnjenju potrošačeve namjere kupnje kozmetičkih proizvoda koji nisu testirani na životinjama	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	17.2.2024.
11.	0067567455	Osobnost marke, usklađenost imidža marke s imidžom potrošača i predanost marki u kategoriji pametnih telefona	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	19.2.2024.
12.	0067583704	Cjenovna osjetljivost kupaca i važnost imidža zemlje porijekla u namjeri kupnje osobnih automobila	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	20.02.2024.
13.	0067580333	Percipirana vrijednost i namjere ponašanja potrošača u kategoriji preparativnih kozmetičkih proizvoda hrvatskih marki	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	20.02.2024.
14.	0066278400	Kriteriji odabira turističkog smještaja na primjeru pripadnika generacije X i generacije Y	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	20.02.2024.
15.	0067584834	Kriteriji odabira i lojalnost potrošača u kategoriji deterdženata za pranje rublja	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	20.2.2024.
16.	0067585025	Percipirane koristi i percipirani rizici u kupnji parfema i proizvoda dekorativne kozmetike putem interneta	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	20.2.2024.
17.	0067583244	Vrednujući kriteriji I uključenost potrošača pripadnika generacije Z u kupnji čokoladnih proizvoda	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	20.2.2024.
18.	0067586064	Stilovi odlučivanja potrošača pripadnika generacija Y i Z u kupnji mljevene kave	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	20.02.2024.
19.	0067587131	Čimbenici koji utječu na lojalnost generacije Z prema proizvodima brze mode	Prof. dr. sc. Goran Vlašić	Prof. dr. sc. Zoran Krupka	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	15.02.2024.
20.	0067579479	Utjecaj demografskih karakteristika Generacije Z na aktivnu i pasivnu prisutnost na društvenim mrežama	Prof. dr. sc. Goran Vlašić	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	15.02.2024.
21.	0066266546	Utjecaj osobnih i društvenih čimbenika na odluku o investiciji u kućne solarne elektrane	Prof. dr. sc. Goran Vlašić	Prof. dr. sc. Mirko Palić	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	19.02.2024.
22.	0067565349	Utjecaj potrošačkog etnocentrizma na stavove o markama različitih zemalja porijekla	Prof. dr. sc. Goran Vlašić	Prof. dr. sc. Zoran Krupka	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	20.02.2024.
23.	0067572735	Istraživanje zadovoljstva kupaca prilikom kupnje odjeće putem društvenih mreža	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	12.02.2024.

24.	0067582637	Istraživanje čimbenika zadovoljstva e-uslugom prilikom online kupovine kozmetičkih proizvoda	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	13.02.2024.
25.	0067579388	Motivi kupnje i čimbenici lojalnosti potrošača prema marki u automobilske industriji	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	13.02.2024.
26.	0067569075	Istraživanje čimbenika lojalnosti korisnika prema markama e - cigareta	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	13.2.2024.
27.	0067584925	Istraživanje uloge tiktoka, kod pripadnika generacije Z, pri kupovini kozmetičkih proizvoda	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	19.2.2024.
28.	0067590576	Istraživanje zadovoljstva korisnika chatbotova u modnoj industriji	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	19.2.2024.
29.	0067579533	Lojalnost korisnika fitness centara na području Republike Hrvatske	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	19.2.2024.
30.	0067552994	Usporedba stavova potrošača generacija Y i Z prema oglašavanju na društvenim mrežama	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Izv. prof. dr. sc. Morana Fudurić	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	10.02.2024.
31.	0067538902	Stavovi potrošača o kupovini namještaja putem interneta	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	10.02.2024.
32.	0067585602	Percepcija roditelja o utjecaju djece na donošenje obiteljske odluke o izboru hotela za odmor	Izv. prof. dr. sc. Ružica Brečić	Izv. prof. dr. sc. Andrea Lučić	Izv. Prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	19.02.2024.
33.	0067585602	Percepcija roditelja o utjecaju djece na donošenje obiteljske odluke o izboru hotela za odmor	Izv. prof. dr. sc. Ružica Brečić	Izv. prof. dr. sc. Andrea Lučić	Izv. Prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	19.02.2024.
34.	0067581325	Prihvaćenost umjetne inteligencije i proširene stvarnosti u kozmetičkoj, parfemskoj i modnoj industriji	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Izv. prof. dr. sc. Vatroslav Škare	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	20.02.2024.
35.	0067578765	Uloga stavova o retro proizvodima u lojalnosti potrošača generacija X, Y i Z	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	20.02.2024.
36.	0067601397	Utjecaj poznatih osoba kao ambasadora marke na percepciju potrošača o uksuznim modnim markama	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof.dr.sc. Sandra Horvat	19.02.2024.
37.	0067588597	Uloga društvenih mreža u promociji noćnih klubova	Izv. prof. dr. sc. Irena Pandža Bajs	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	16.02.2024.
38.	0067585917	Percepcija etičnosti korištenja generativnih AI tehnologija u visokom obrazovanju iz perspektive profesora i studenata marketinga	Izv. prof. dr. sc. Morana Fudurić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	15.2.2024.
39.	0067589921	Uloga percipirane osobnosti domaćina na Airbnb-u u namjeri rezervacije smještaja	Izv. prof. dr. sc. Morana Fudurić	Prof.dr.sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	15.02.2024.
40.	0067586519	Utjecaj emocionalnih apela u oglasima na društvenim medijima na privlačenje donacija	Izv. prof. dr. sc. Morana Fudurić	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić	14.02.2024.
41.	0067598436	Kreativne marketinške strategije u ulozi promocije turističkih destinacija	Doc.dr.sc. Petra Barišić	Izv.prof.dr.sc. Vatroslav Škare	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	14.02.2024.

42.	0067582712	Uloga društvenih mreža u političkom marketingu kod starijih adolescenata u Republici Hrvatskoj	Prof. dr. sc. Mirko Palić	Prof.dr.sc. Marija Tomašević Lišanin	Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić	10.02.2024.
43.		Uloga utjecajnih osoba na društvenim medijima kod poticanja namjere kupovine knjiga kod mladih potrošača	Doc. dr. sc. Tanja Komarac	Prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	Izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	10.02.2024.

PRIJAVE PRIHVAĆENE UZ DOPUNU:

R.BR.	JMBAG	NASLOV DIPLOMSKOG RADA
1.	0067583405	Procjena kvalitete zdravstvenih usluga medicinsko-biokemijskog laboratorija: Perspektiva milenijalaca u specijalnoj bolnici za medicinsku rehabilitaciju Krapinske toplice
2.	0067584145	Analiza i razvoj programa lojalnosti u kontekstu nove digitalne stvarnosti
3.	0067585228	Istraživanje kvalitete, zadovoljstva i lojalnosti kupaca maraka za njegu kože na hrvatskom tržištu
4.	0067588310	Istraživanje zadovoljstva kupaca u trgovinama s uslugom pametne tehnologije u Republici Hrvatskoj
5.	0067580840	Umjetna inteligencija i baze podataka u marketingu: Empirijsko istraživanje stavova potrošača o primjenama te izazovima umjetne inteligencije i baza podataka u marketingu

Napomena: Prijave koje su **PRIHVAĆENE UZ DOPUNU nije potrebno** ponovno dostavljati Vijeću smjera. Sugestije vezane uz manje dopune koje bi trebalo razmotriti i eventualno usvojiti prilikom pisanja rada, bit će poslane kandidatima i mentorima putem emaila.

PRIJAVE VRAĆENE NA DORADU:

R.BR.	JMBAG	NASLOV DIPLOMSKOG RADA
1.	0067583788	Usporedba zadovoljstva korisnika e -trgovine u odnosu na tradicionalnu trgovinu
2.	0067571369	Čimbenici lojalnosti kupaca ljekarni

U ime Vijeća smjera Marketing, Sveučilišnog integriranog prijediplomskog i diplomskog studija PE,

prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić