

Teme za završni rad

Ekonomisti

Mentor: Klaudija Boščić

1. Gerilski marketing – kreativnost kao ljuč uspješne kampanje
2. Uloga tržišta kapitala u gospodarskom razvoju
3. Wall Street kao pokretač svjetskih financijskih tržišta
4. Inovacije u financijskom sektoru
5. Stavovi potrošača o ulozi poznatih osoba kao referentne grupe u njihovom kupovnom ponašanju
6. Eko turizam kao mogućnost razvoja ruralnih područja
7. Vjerski turizam i njegov gospodarski značaj
8. Utjecaj inflacije na kvalitetu života i životni standard građana u Republici Hrvatskoj
9. Hrvatska i globalizacija
10. Analiza percepcije korisnika bankarskog sektora o društvenoj odgovornosti banaka u Republici Hrvatskoj
11. Utjecaj influencera na izbor turističke destinacije
12. Povezanost oglašavanja i društvene odgovornosti
13. Umjetna inteligencija u turizmu
14. Utjecaj religije na oglašivanje kontroverznih proizvoda
15. Bankovni holding – primjer
16. Islamsko bankarstvo
17. Velike financijske krize koje su promijenile svjetsko gospodarstvo
18. Marketing sportskih događaja
19. Marketing organizacije lokalnih događaja
20. Analiza tržišta nekretnina u Hrvatskoj
21. Turistički proizvod Dugog Sela
22. Održivi razvoj turizma u Zagrebačkoj županiji
23. Imam viziju, ne želim napustiti Hrvatsku
24. Percepcija osobnog imidža i imidža modnih marki u kategoriji odjevnih predmeta kod mladih poslovnih žena
25. Utjecaj poticajnog turizma na motivaciju zaposlenika
26. Utjecaj oglašavanja sportskih marki na odluku o bavljenju sportom

27. Percepcija uloge utjecajnih osoba kao lidera mišljenja u jačanju tržišne marke
28. Imidž Hrvatske kao zemlje podrijetla proizvoda u Njemačkoj
29. Porezne oaze i međunarodno poslovanje
30. Ponzijeve sheme i njihov utjecaj na financijski sustav
31. Impulzivna kupnja modnih marki putem Interneta
32. Kriptoimovina
33. Internet kao izvor informacija kod kupnje automobila

Mentor: Miroslav Begić

BANKARSTVO I OSIGURANJE:

1. Bankovne kartice
2. Osobni proračun i upravljanje novcem
3. Potrebe i želje pri donošenju financijskih odluka
4. Štednja u bankama i izbor štednih proizvoda
5. Utjecaj društvenih mreža na potrošačke navike mladih
6. Razina financijske pismenosti učenika srednjih škola
7. Stavovi mladih prema štednji
8. Ulaganje u investicijske fondove

RAČUNOVODSTVO:

1. Računovodstvo obrta
2. Obračun plaća i računovodstveno evidentiranje plaća
3. Financijski izvještaji poslovnog subjekta
4. Knjigovodstvene isprave i njihova važnost
5. Imovina i izvori imovine
6. Računovodstveno praćenje PDV-a

Mentor: Ivana Gradečki

1. Analiza potrošačkih navika učenika srednje škole
2. Utjecaj društvenih mreža na kupovne odluke mladih
3. Analiza kućnog budžeta i upravljanje osobnim financijama
4. Online kupovina među mladima
5. Nezaposlenost mladih na području RH
6. Utjecaj inflacije na životni standard građana
7. Utjecaj bavljenja sportom na školski uspjeh učenika
8. Primjena srednjih vrijednosti u analizi sportskih rezultata
9. Utjecaj izostanaka na školski uspjeh učenika – primjena korelacijske i regresijske analize
10. Analiza cijena prehrambenih proizvoda
11. Utjecaj društvenih mreža na modne i kozmetičke navike mladih
12. Povezanost potrošnje na kozmetiku i samopouzdanje djevojaka
13. Utjecaj cijene i kvalitete na izbor kozmetičkih proizvoda
14. Brza moda i stavovi mladih prema održivoj modi
15. Povezanost korištenja javnog prijevoza i ekoloških stavova učenika
16. Utjecaj plastike za jednokratnu uporabu na ekološke navike mladih
17. Povezanost ekološke osviještenosti i reciklažnih navika učenika – primjena korelacijske i regresijske analize
18. Analiza glazbenog ukusa mladih prema dobi i spolu
19. Utjecaj društvenih mreža na izbor glazbe među mladima
20. Statističko istraživanje odabrane teme prema vlastitom interesu učenika

Mentor: Suzana Jukić

OSNOVE EKONOMIJE

1. Suvremeni pogled na gospodarski razvoj (primjer iz prakse)
2. Tehnologija i tehnološki napredak kao izvor gospodarskog rasta
3. Diplomacija i međunarodni odnosi
4. Inflacija u Republici Hrvatskoj
5. Nezaposlenost u Republici Hrvatskoj
6. Ekonomski i društveni razvoj Južne Koreje
7. Ekonomski i društveni razvoj Japana
8. Suvremeni protekcionizam – vanjskotrgovinska politika
9. Ekonomske krize i recesija

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

10. Poslovna etika i etičke dvojbe u poslovanju
11. Suvremena stajališta o društvenoj odgovornosti poslovnih organizacija
12. Radna okolina i radno ozračje u poslovnim organizacijama
13. Poštovanje ljudskih prava i kršenje ljudskih prava u radnoj okolini
14. Nezakonito i nemoralno poslovanje i uloga „zviždača“
15. Društveno odgovorno upravljanje ljudskim potencijalima
16. Održivi razvoj u Republici Hrvatskoj
17. Pojam, uloga i važnost socijalnog kapitala za razvoj društva
18. Volontiranje i korporacijska filantropija u Republici Hrvatskoj
19. Zaštita prava potrošača u Republici Hrvatskoj
20. Korupcija i antikorupcija u Republici Hrvatskoj

MARKETING I KPV

- 21. Kvaliteta proizvoda i usluga u Republici Hrvatskoj
- 22. Neuromarketing- osjetilni marketing
- 23. Digitalni marketing
- 24. Proksemičko i kinetičko znakovlje
- 25. Proizvod i usluge – primjer iz prakse (4P i 3P)
- 26. Međunarodni marketing
- 27. Etičnost marketinškog spleta
- 28. Marketing u izvangospodarskim djelatnostima (obrazovanje, znanstveno-istraživačka djelatnost, kultura, sport, zdravstvo i socijalna skrb)
- 29. Kvaliteta i marke proizvoda u Republici Hrvatskoj
- 30. Primarne promocijske aktivnosti – primjeri iz prakse
- 31. Sekundarne promocijske aktivnosti – primjeri iz prakse

PODUZETNIŠTVO

- 32. Izrada biznis plana i prezentiranje
- 33. Upravljanje ljudskim potencijalima
- 34. Osobni razvoj i karijera poduzetnika/ poduzetnice (primjer iz prakse)
- 35. Motivacija i kompenzacije – primjeri u RH i u svijetu
- 36. Međuljudski odnosi i timski rad
- 37. Swot analiza škole
- 38. Životni ciklus organizacije (Primjer iz prakse)
- 39. Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj
- 40. Stres i javno izlaganje

41. Sukobi u organizaciji – rješavanje sukoba (konflikata)

42. Poduzetnik i poduzetničke kompetencije

Mentor: Sara Leonie Martić

1. Marketing u turizmu – uloga i značaj marketinga u razvoju planinske turističke destinacije
2. Utjecaj cijene i preferencija na izbor turističke destinacije
3. Vrste turista i njihove karakteristike – utjecaj na turističku ponudu i marketing
4. Psihološki i sociološki aspekti izbora turističke destinacije
5. Ključni pokretači potražnje u ruralnom turizmu
6. Promocija turističke destinacije – načini, sredstva i važnost promocije
7. Mogućnosti digitalne promocije specifičnih oblika turizma u ruralnim područjima
8. Uloga društvenih mreža u promociji inovativnih oblika turizma: Model "wildlife" (safari) turizma u Republici Hrvatskoj
9. Promotivne aktivnosti u turizmu – vrste i njihova učinkovitost
10. Kreiranje doživljaja i promocija autentične ponude na primjeru Baranje
11. Novi modeli turističkih aranžmana u kontinentalnom turizmu: Primjer Sjeverne Hrvatske
12. Prodaja turističkih aranžmana – načini prodaje i uloga turističkih agencija
13. Turoperator u turizmu – uloga, funkcije i značaj za turističko tržište
14. Uloga hrvatskih agencija i stranih turoperatora u organizaciji putovanja i punjenju kapaciteta
15. Incentive turizam – obilježja, ciljne skupine i mogućnosti razvoja
16. Promocija Hrvatske kao turističke destinacije

17. Strategije marketinga usluga kao čimbenik jačanja konkurentnosti lokalne turističke ponude
18. OPG kao nositelj turističke ponude u ruralnom turizmu
19. Promocija OPG-a kao turističkog proizvoda i destinacije
20. Gastronomski turizam – turistička ponuda, ciljne skupine i promocija Slavonije
21. Valorizacija i digitalna promocija kulturne baštine u funkciji razvoja turizma Osječko – baranjske županije
22. Ruralni turizam – mogućnosti razvoja i marketinška promocija
23. Održivi turizam – razvoj turističke destinacije uz odgovoran pristup
24. Analiza globalnih turističkih trendova i njihov utjecaj na razvoj selektivnih oblika turizma u RH
25. Uloga turističkih zajednica u promociji i razvoju turističke destinacije