**MARKETING**

1. Analiza marketinškog okruženja na primjeru poduzeća x
2. Istraživanje tržišta za potrebe uvođenja novog proizvoda na primjeru x
3. Benchmarking u praksi hrvatskih poduzeća na primjeru poduzeća x
4. Referentne grupe i njihovi utjecaji na ponašanje potrošača na primjeru x
5. Korištenje poznatih osoba u oglašavanju na primjeru proizvoda x
6. Primjena SWOT analize u odabiru optimalne strategije hotela x
7. Uloga cijene u motiviranju željenog ponašanja kupaca proizvoda x
8. Analiza aktivnosti CRM-a u poduzeću x
9. Internet u službi marketinške komunikacije na primjeru proizvoda x
10. Proces donošenja odluke o kupnji na primjeru proizvoda x
11. Proces razvoja novog proizvoda na primjeru proizvoda x
12. Proces upravljanja marketingom u poduzeću x
13. Primjena marketinga unutar tvrtke Liburnia-riviera hoteli, Opatija
14. Činitelji koji utječu na ponašanje potrošača u kupnji osobnih automobila na primjeru proizvođača x
15. Brand love-izgradnja privrženosti i povezanosti potrošača s markom na primjeru x
16. Planiranje i kombiniranje elemenata marketinškog miksa na primjeru poduzeća x
17. Marketing odnosa s kupcima i segmenti kupaca na primjeru proizvoda x
18. Unaprjeđenje prodaje na primjeru poduzeća x
19. Gospodarska propaganda kao dio promocije poduzeća x
20. Izvozni marketing proizvoda tvrtke Kraš d.o.o.

**MENTOR: Tajana Špoljar, prof. (IV. a, b, c, d)**

**OSNOVE TURIZMA**

1. Kulturni turizam u Hrvatskoj

2. Značenje turizma za gospodarski razvoj Republike Hrvatske

3. Osnovna obilježja turističke ponude Republike Hrvatske

4. Strategija razvoja hrvatskog turizma

5.Karneval kao dio turističke ponude grada Rijeke

6.Razvoj malih obiteljskih i butik hotela kao dio strategije razvoja hrvatskog turizma

7. FAIR TRADE turizam

8.Ograničavajući činitelji razvoja turizma Republike Hrvatske

9.Otok Krk kao turistička destinacija

10. Razvoj pustolovnog turizma u RH

11. Tradicijski običaji Istre kao turistička atrakcija

12. Zdravstveni turizam u RH

**MENTOR: Tajana Špoljar, prof.**