EKONOMSKA ŠKOLA

ŠIBENIK

**TEME ZA IZRADU ZAVRŠNOG RADA šk.god.2023./2024.**

**ZANIMANJE : KOMERCIJALIST**

 1. Verbalno komuniciranje

 2. Neverbalno komuniciranje

 3. Osobni i poslovni imidž

 4. Sklapanje prodajnog posla

 5. Realizacija prodajnog posla

 6. Teškoće u razvoju, sklapanju i realizaciji prodajnog posla

 7. Internet i mrežne poslovne komunikacije

 8. Komunikacije u svezi zapošljavanja

 9. Taxi službe u RH

10. Cestovni prijevoz

11. Poduzetnički pothvat na primjeru poduzetnika „\_\_\_\_\_\_\_\_“

12. Inovacije – izazov za poduzetnički pothvat

13. Leasing kao oblik financiranja poduzetnika

14. „McDonald's“ – franchising kao oblik poduzetničkog djelovanja

15. „Coca Cola“ – franšizno poslovanje kao prilika za poduzetnički pothvat

16. Obiteljsko poduzetništvo

17. Državne institucije kao potpora razvoju poduzetništva u RH

18. Institucijska potpora poduzetnicima u Šibensko-kninskoj županiji

19. Socijalno poduzetništvo

20. Etika u poduzetništvu

21. Važnost i specifičnosti međunarodnih sajmova za male i srednje poduzetnike

22. Redovan posao izvoza robe na primjeru poduzeća „X“

23. Redovan posao uvoza robe na primjeru poduzeća „X“

24. Globalizacija i Erasmus + sudjelovanje i stručno usavršavanje uz konkretan

 primjer

25. Hrvatsko gospodarstvo u Europskoj uniji

26. Vanjskotrgovinski posrednici – primjer posredništva u prodaji proizvoda

 tvrtke „X“

27. Poslovanje po franchising ugovoru u hrvatskoj gospodarskoj praksi

28. Prepoznatljivost svjetskih brendova na globalnom tržištu

29. Prodaja proizvoda malih i srednjih obrtnika u zemljama Europske unije

30. Poslovi izvoza i uvoza robe u zakup na primjeru ugovaranja lesing posla

31. Proces poslovanja u skladištu – primjer poslovne organizacije

32. Asortiman – pojam i dimenzije – primjer praksa

33. Ambalaža i pakiranje

34. Evidencija i upravljanje zalihama robe u skladištu

35. Funkcija nabave u gospodarskom subjektu

36. Marketinška koncepcija tržišnog poslovanja- primjer tvrtke

37. Prodaja i distribucija

38. Segmentacija tržišta

39. Politika promocijskih aktivnosti

 **Ravnatelj**

 **Igor Friedrich, dipl. teolog**