

Sukladno *Pravilniku o dodjeli počasnog zvanja professor emeritus na Sveučilištu u Splitu*, od 31. siječnja 2019 (KLASA: 009-08/19-05/0005, URBROJ: 2181-202-03-01-19-0005) daje se Prijedlog za dodjelu počasnog zvanja *professor emeritus* dr.sc. Biljani Crnjak-Karanović. U nastavku se daje Životopis (1), Znanstvena djelatnost (2), Nastavna djelatnost (3), Obrazloženje i zaključak (4), te Prilog - Popis svih objavljenih radova predloženice. Pisana suglasnost predloženice sastavni je dio ovog dokumenta.

**PRIJEDLOG ZA DODJELU POČASNOG ZVANJA
PROFESSOR EMERITUS NA SVEUČILIŠTU U SPLITU:
DR.SC. BILJANA CRNJAK-KARANOVIĆ**

1. ŽIVOTOPIS

Dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović rođena je 19. kolovoza 1954. godine u Skopju (Makedonija). Po narodnosti je Hrvatica i državljanka je Republike Hrvatske. Udata je i ima dvoje djece.

Osnovnu školu završila je u Skopju, a gimnaziju u Splitu 1973. godine. Iste godine upisala je redoviti studij na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Diplomirala je 1. srpnja 1977. godine. Za postignute uspjehe tijekom studija dobila je Priznanje Dekana Fakulteta.

Od siječnja 1978. do rujna 1982. godine radila je u Zavodu za društveno planiranje, razvoj i statistiku općine Split, na radnom mjestu stručni suradnik - planer za industriju. Na **Ekonomskom fakultetu u Splitu bila je zaposlena je od 1. rujna 1982. godine do 30. rujna 2022. godine.**

Na Ekonomskom fakultetu u Beogradu, 23. studenog 1987. godine, obranila je magistarski rad pod naslovom „Ekonomski položaj i uvjeti privređivanja unutarnje trgovine SR Hrvatske u razdoblju od 1971. do 1984. godine“, te stekla zvanje magistar ekonomskih znanosti. Od rujna 1990. do kolovoza 1991. bila je na stručnom usavršavanju u inozemstvu; Poslijediplomski specijalistički program iz managementa, specijalizacija Marketing Management, završila je na Mediterranean Institute of Management, Nicosia. Stipendija ciparske vlade realizirana je posredstvom Ministarstva za prosvjetu, kulturu, fizičku i tehničku kulturu Republike Hrvatske.

U travnju 1995. godine prijavila je doktorsku disertaciju na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu pod naslovom „Pogledi na hrvatsko gospodarstvo nakon tranzicije sa stajališta međunarodnog marketinga.“ **Disertaciju je uspješno obranila 23. prosinca 1997. godine** pred Povjerenstvom u sastavu: prof. dr.sc. Mato Crkvenac, predsjednik Povjerenstva, prof. dr.sc. Fedor Rocco, mentor i član Povjerenstva, prof. dr.sc. Tihomir Radić, član Povjerenstva, te stekla VIII stupanj stručne spreme i naziv doktor društvenih znanosti, polje ekonomije.

Nakon obrane disertacije sukcesivno je birana u sva znanstveno-nastavna zvanja i to: **1998. u znanstveno-nastavno zvanje docenta** za znanstveno područje društvenih znanosti, znanstveno polje ekonomije, znanstvenu granu Ekonomika poduzetništva, znanstvene discipline Marketing i Međunarodni marketing; **2002. u znanstveno-nastavno zvanje izvanrednog profesora** za znanstveno područje društvenih znanosti, znanstveno polje ekonomije, znanstvenu granu Ekonomika poduzetništva, znanstvene discipline Marketing i Međunarodni marketing; **2006. u znanstveno-nastavno zvanje redovitog profesora** za područje društvenih znanosti, polje ekonomije, znanstvenu granu Ekonomika poduzetništva; **2011. u znanstveno-nastavno zvanje redovitog profesora – trajno**

zvanje, za područje društvenih znanosti, polje ekonomije, znanstvenu granu Ekonomika poduzetništva.

Dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović ima višegodišnje iskustvo u nastavnom radu, jer od dolaska na Fakultet sudjeluje u izvođenju nastave. Od izbora u zvanje docenta do odlaska u mirovinu, izvodila je nastavu i bila je nositelj kolegija na dodiplomskoj, preddiplomskoj i diplomskoj razini. Pored toga, izvodila je nastavu i bila nositelj (sunositelj) kolegija i na poslijediplomskim studijima na Ekonomskom fakultetu u Splitu, Ekonomskom fakultetu Zagreb, Ekonomskom fakultetu u Rijeci, te na Ekonomskom fakultetu u Mostaru.

Bila je mentor svojim suradnicima u pogledu praćenja njihovog znanstvenog, nastavnog i stručnog napredovanja. Mentorirala je veliki broj radova studenata na svim razinama studija, od kojih je dio objavljen u relevantnim znanstvenim publikacijama.

Sudjelovala je u organizaciji više međunarodnih znanstvenih konferencija/skupova, kako u svojstvu predsjednika ili člana programskih odbora, tako i u svojstvu člana ili predsjednika organizacijskih odbora. Bila je član međunarodnog uređivačkog odbora znanstvenog časopisa UPRAVA (Fakulteta za Upravo Univerze v Ljubljani), a od 2018. godine član je međunarodnog uredništva časopisa MANAGEMENT, Journal of Contemporary Management Issues, (Faculty of Economics, Business and Tourism, University of Split).

Aktivno djeluje u radu akademske zajednice. Objavila je, samostalno i u koautorstvu, ukupno 71 rad, od čega 62 znanstvena rada i 1 sveučilišni udžbenik. Recenzirala je veći broj znanstvenih članaka za domaće časopise, domaće i međunarodne konferencije/skupove. Recenzirala je i veći broj knjiga (udžbenici, znanstvene monografije), dva poslijediplomska studija, veći broj znanstvenih projekata prijavljenih za financiranje od strane MZOŠ, te je na poziv tadašnjeg Rektora Sveučilišta u Bratislavi, (COMMENIUS UNIVERSITY), prof. dr. Karol Micieta, obavila evaluaciju znanstvenih radova kandidata za izbor u znanstveno-nastavno zvanje Izvanrednog profesora.

Član je ALUMNI Alpbach European Forum-a (AEF). Njeno proaktivno djelovanje u sklopu AEFa prepoznato je, te je održala dva pozvana izlaganja na međunarodnim konferencijama u organizaciji ovog Foruma i njegovih članova.

Dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović je obnašala dužnost pročelnice Katedre za Marketing (od rujna 2002. do rujna 2006., te od rujna 2010. do rujna 2014. godine), te čelne funkcije u strukovnim asocijacijama (član Upravnog odbora Regionalne udruge za marketing, RUM-Split, član Suda časti CROMAR-Hrvatska). Bila je višegodišnji član Hrvatskog društva ekonomista, te The Academy of Marketing Science (AMS – USA).

Bila je voditeljica poslijediplomskih studija na Ekonomskom fakultetu u Splitu (Stručni studij Marketing, specijalistički studij Poslovna ekonomija), te na Ekonomskom fakultetu u Mostaru, organiziranih od strane dvaju Fakulteta i Sveučilišta, te je obnašala funkciju člana Vijeća poslijediplomskih studija Poslovne ekonomije.

U dva mandata (ukupno osam godina) obavljala je odgovoran i zahtjevnu posao izvijestitelja u velikom broju izvješća kao **član Matičnog odbora za interdisciplinarno područje (znanost; umjetnost)** (AZVO).

Predložnica aktivno djeluje u lokalnoj zajednici, pri čemu se posebno ističe njen volonterski rad u Udruzi za inkluziju LASTAVICE.

Aktivno se služi engleskim i makedonskim jezikom, te pasivno njemačkim jezikom.

2. ZNANSTVENA DJELATNOST

Dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović je do odlaska u mirovinu objavila **ukupno 70 radova**, od kojih je 62 znanstvena rada, te 8 stručnih studija. Do izbora u zvanje redoviti profesor - trajno zvanje samostalno i u koautorstvu objavila je 53 rada (ne računajući magistarski rad, završni poslijediplomski specijalistički rad na engleskom jeziku i doktorsku disertaciju), od čega 45 radova spadaju u kategoriju znanstvenih, a 8 u kategoriju stručnih radova. Od ukupno 45 znanstvenih radova, 32 je iz skupine a1, od čega je 29 radova objavljeno na engleskom jeziku. Nakon izbora u zvanje redovite profesorice u trajnom zvanju i dalje aktivno djeluje kao istraživač, te je u koautorstvu objavila 17 radova (12 znanstvenih članaka, 3 rada u znanstvenoj monografiji, 2 u znanstvenoj studiji/ekspertizi). Uz to, objavila je i 1 sveučilišni udžbenik.

Radovi predloženice uneseni su u bazu CROSB <https://www.bib.irb.hr/pregled/profil/11690> te ima javno dostupan Google scholar profil <https://scholar.google.hr/citations?user=CEh6BtQAAAAJ&hl=hr>

Ima zastupljene i citirane radove u:

- Web of Science Core Collection – 12 radova i 211 citata, h-indeks 6;
- Scopus – 10 radova (+9 radova zastupljenih i u bazi WoSCC) i 230 citata, h-indeks 5;
- EconLit – 10 radova (+6 radova zastupljenih i u bazama WoSCC i Scopus);
- Google znalac – 659 citata, h-indeks 8.

U nastavku (Tablica 1) se daje pregled **7 (sedam) radova objavljenih u časopisima koji su uvršteni u listu vodećih znanstvenih časopisa (AJG, ABDC, FT 50)**, te njihova analiza.

Tablica 1

NAZIV RADA	RANGIRANJE		
	Academic journal guide (AJG)	ABDC	FT 50
1. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana Expatriate's food adaptation: when does acculturation elicit social identification vs differentiation? // Journal of consumer marketing, 39 (2022), 2; 191-203 doi:10.1108/JCM-02-2021-4448	1*	A	-
2. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana Cosmopolitanism and expatriate's preference for host country food: The conditional effects of experiential capital and retail development. // International Journal of Consumer Studies, 46 (2022), 2; 676-688 doi:10.1111/ijcs.12719	2*	A	-
3. Miočević, Dario; Crnjak Karanović, Biljana The export market orientation: export performance relationship in emerging markets: the case of Croatian SME exporters. // International Journal of Business and Emerging Markets, 4 (2012), 2; 107-122	1*	-	-
4. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana Global mindset – A cognitive driver of small and medium-sized enterprise internationalization: The case of Croatian Exporters. // Euromed Journal of Business, 7 (2012), 2; 142-160 doi/10.1108/14502191211245589	1*	C	-
5. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana The mediating role of key supplier relationship management practices on supply chain orientation – the organizational buying effectiveness link. // Industrial marketing management, 41 (2012), 1; 115-124 doi:10.1016/j.indmarman.2011.11.015	3*	A*	-
6. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana Cognitive and information-based capabilities in the internationalization of small and medium-sized enterprises: The case of Croatian exporters. // Journal of small business management, 49 (2011), 4; 537-557 doi:10.1111/j.1540-627X.2011.00335.x	3*	A	-
7. Tavakoli, Assad A.; Keenan, John P.; Crnjak-Karanovic, Biljana Culture and Whistleblowing: An Empirical Study of Croatian and United States Managers Utilizing Hofstede's Cultural Dimensions. // Journal of business ethics, 43 (2003), 1/2; 49-64 doi:10.1023/A:1022959131133	3*	A	DA

1. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana

Expatriate's food adaptation: when does acculturation elicit social identification vs differentiation?

U postojećoj literaturi ističe se kako profesionalni migranti razvijaju prirodnu sklonost prema hrani zemlje domaćina postupno, sukladno porastu njihove akulturacije unutar zemlje domaćina. Međutim, ovaj rad iznosi teorijski argument prema kojem bi profesionalni migranti mogli imati različite ciljeve u različitim domenama konzumacije hrane (privatnoj nasuprot javnoj), što na koncu dovodi u pitanje postojeće spoznaje. Stoga je cilj ovog rada bio istražiti kako akulturacija, definirana kao intenzitet društvenih interakcija s lokalnom zajednicom, utječe na prilagodbu profesionalnih migranata u kontekstu konzumacije hrane u privatnom u odnosu na javni kontekst. Ovaj rad se oslanja na teoriju optimalne različitosti i kontekstualnu adaptaciju te ispituje ishode akulturacije u kontekstu konzumacije hrane. Provedeno je primarno istraživanje na uzorku od 120 profesionalnih migranata iz različitih zemalja Svijeta koji trenutno žive i rade na Bliskom istoku godinu dana ili kraće. Rezultati pokazuju da akulturacija pozitivno utječe na preferenciju za lokalnom hranom u privatnom kontekstu (kupovina i potrošnja lokalnih prehrambenih proizvoda), dok njezin odnos s preferencijom za lokalnom hranom u javnom kontekstu (posjeti lokalnim restoranima koji nude autentičnu gastronomiju zemlje domaćina) poprima oblik obrnutog U. Nadalje, u radu se otkriva da je potonji odnos negativno moderiran ukupnim iskustvom profesionalnih migranata te pozitivno moderiran indeksom izbjegavanja neizvjesnosti (preuzet iz Hofstedeove metodologije), što daje dodatni uvid kada profesionalni migrant slijedi društvenu identifikaciju u odnosu na obrazac diferencijacije odnosno razlikovanja.

U ovom radu se nadilazi tradicionalni fokus na akulturaciju kroz društvenu identifikaciju s poželjnom grupom te se pružaju argumenti da se učinci diferencijacije (razlikovanja unutar poželjne grupe) također moraju uzeti u obzir. Doprinos rada je u empirijskim dokazima da veće društvene interakcije profesionalnih migranata s lokalnom zajednicom rezultiraju različitim ishodima prilagodbe na hranu zemlje domaćina kada se razmatraju domene privatne i javne potrošnje hrane. Osim toga, analizirajući moderirajuće utjecaje iskustva profesionalnih migranata te izbjegavanja neizvjesnosti, u radu se pružaju i doprinosi o tome kada prevladava društvena identifikacija u odnosu na diferencijaciju s poželjnom društvenom grupom.

2. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana

Cosmopolitanism and expatriate's preference for host country food: The conditional effects of experiential capital and retail development

U ovom radu istražuje se nedovoljno obrađena tematika preferencija profesionalnih migranata (eng. expatriates) prema lokalnoj hrani zemlje domaćina. Postojeća literatura o segmentu migrantskih potrošača pokazuje da se napetosti koje nastaju njihovom selidbom u inozemstvo također odražavaju u formiranju njihovih sklonosti prema hrani zemlje domaćina. Oslanjajući se na teoriju društvenog identiteta, u radu se istražuje kako kozmopolitski identitet profesionalnih migranata pokreće sklonost prema hrani zemlje domaćina pod kontingencijskim učincima iskustvenog kapitala kojeg posjeduje profesionalni migrant te stupnja razvoja maloprodajnog sustava zemlje domaćina. Na temelju jedinstvenog uzorka od 293 profesionalna migranta koji žive u šest zemalja Bliskog istoka, nalazi pokazuju da kozmopolitizam značajno objašnjava sklonost profesionalnih migranata prema hrani zemlje domaćina. Također ukazuje se i da dimenzije iskustvenog kapitala uvjetuju ovaj odnos, kao i da je u zemljama s nižim stupnjem razvoja maloprodajnog sustava odnos između kozmopolitizma i preferencije profesionalnih migranata prema hrani zemlje domaćina snažniji. Nalazi ovog rada impliciraju da se kozmopolitski profesionalni migranti ne bi trebali smatrati jedinstvenim segmentom kao što je prethodna literatura zagovarala.

U nalazima recentne literature iz ovog područja dominira stav da su ljudi, kada posjećuju inozemne destinacije (bilo u svrhu putovanja ili zbog posla), znatiželjni te žele istražiti gastronomiju i hranu zemlje domaćina. Ipak, ova pretpostavka je do sada bila na špekulativnoj razini budući da prethodna literatura pokazuje nekonzistentne rezultate, sugerirajući da profesionalni migranti možda nisu uvijek spremni preferirati hranu zemlje domaćina. Nadovezujući se na taj jaz u literaturi, ovaj rad koristi okvir teorije društvenog identiteta kako bi se razjasnio utjecaj kozmopolitizma na sklonost profesionalnih migranata prema hrani zemlje domaćina. Ovaj rad dodatno analizira i kontingencijske

utjecaje iskustvenog kapitala kojeg posjeduje profesionalni migrant te maloprodajnog razvoja zemlje domaćina kako bi utvrdio da kozmopolitizam nije uvijek nužno povezan s jačim preferencijama prema proizvodima i uslugama koje pripadaju drugim kulturama. Na taj način ovaj rad doprinosi jasnijem određenju utjecaja socio-kulturnih identiteta u kontekstu profesionalnih migranata. Stoga rezultati istraživanja u ovom radu proširuju literaturu koja je do sada dominantno bila usredotočena na ishode kozmopolitizma u domicilnom okruženju potrošača.

3. Miočević, Dario; Crnjak Karanović, Biljana

The export market orientation: export performance relationship in emerging markets: the case of Croatian SME exporters

U ovom radu se istražuje veza između izvozne tržišne orijentacije i izvoznih performansi koja već puna dva desetljeća izaziva interes kod znanstvenika iz područja međunarodnog marketinga. U ovom radu se istražuje sveobuhvatan utjecaj izvozne tržišne orijentacije na izvozne performanse mjerene strateškom i financijskom dimenzijom te dimenzijom zadovoljstva izvoznim poslom. Drugim riječima, ovaj rad se bazira na primarnom empirijskom istraživanju u kojem se na uzorku od 121 malog i srednjeg poduzeća izvoznika iz Republike Hrvatske ispitivao sveobuhvatni utjecaj izvozne tržišne orijentacije na izvozne performanse. Nalazi istraživanja ukazuju na to da izvozna tržišna orijentacija igra važnu ulogu u poslovanju malih i srednjih poduzeća izvoznika zbog značajnog i pozitivnog utjecaja na izvozne performanse. Mala i srednja poduzeća koja posluju na inozemnim tržištima trebaju prihvatiti aktivnosti upravljanja izvoznim tržišnim informacijama (generiranje, širenje i odaziv) kao važnu determinantu uspješnog procesa internacionalizacije. Na koncu, u ovom radu se daju teorijske i menadžerske implikacije provedenog istraživanja kao i preporuke za daljnja istraživanja.

Znanstveni doprinos rada je teorijske i empirijske prirode. U teorijskom smislu uspostavljen je koherentni teorijski model utjecaja izvozne tržišne orijentacije i izvoznih performansi u kontekstu malih i srednjih poduzeća izvoznika. U skladu s tim, napravljen je pregled recentne literature koja je istraživala međudnos izvozne tržišne orijentacije i izvoznih performansi. U empirijskom dijelu rada doprinos se očituje u potvrdi statističke značajnosti utjecaja izvozne tržišne orijentacije na izvozne performanse na uzorku malih i srednjih poduzeća izvoznika iz Republike Hrvatske. Ovo se smatra značajnim doprinosom budući da je većina do tada provedenih istraživanja o sveobuhvatnom utjecaju izvozne tržišne orijentacije na izvozne performanse provedena u kontekstu razvijenih zemalja.

4. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana

Global mindset – A cognitive driver of small and medium-sized enterprise internationalization: The case of Croatian Exporters

U ovom radu se obrađuje problematika globalnog sustava razmišljanja koji je posljednjih godina zaokupio interes marketinških istraživača. Pregledom literature, uočeno je da je globalni sustav razmišljanja multidisciplinarni koncept koji ima kognitivnu i kulturološku dimenziju, a koje su obje važne determinante menadžerskog ponašanja prilikom poslovanja na međunarodnom tržištu. Temeljna ideja ovog rada je u teorijskoj argumentaciji da globalni sustav razmišljanja predstavlja ključnu kognitivnu determinantu u procesu internacionalizacije malih i srednjih poduzeća. Za potrebe ovog rada provedeno je istraživanje na terenu te su podatci dobiveni putem anketnog ispitivanja na uzorku od 121 malog i srednjeg poduzeća - izvoznika u Republici Hrvatskoj. Nalazi ovog istraživanja ukazuju da globalni sustav razmišljanja pozitivno, izravno i značajno utječe na izvozne performanse. Nadalje, veza između globalnog sustava razmišljanja i izvoznih performansi je testirana pod utjecajem međunarodnog iskustva poduzeća kao moderatorske varijable mjerene izvoznom raznolikošću i izvoznim intenzitetom. Na kraju rada se daju teorijske i menadžerske implikacije kao i ograničenja istraživanja iz kojih proizlaze preporuke za daljnja istraživanja u ovom području.

Znanstveni doprinos rada se ogleda na nekoliko razina. Prvo, globalni sustav razmišljanja se pokazao kao značajan pokretač procesa internacionalizacije kod malih i srednjih poduzeća što je vidljivo iz pozitivnog utjecaja na izvozne performanse. Drugo, ovaj rad se isključivo fokusirao na kognitivnu dimenziju globalnog sustava razmišljanja što je bio predmet tek malog broja znanstvenih istraživanja iz područja internacionalizacije malih i srednjih poduzeća, a naročito u kontekstu tranzicijskih zemalja. Treće, nalazi ovog istraživanja ukazuju na to da akumulirano izvozno iskustvo poduzeća ne doprinosi jačem utjecaju globalnog sustava razmišljanja na izvozne performanse. Ovime

se sugerira da je globalni sustav razmišljanja fenomen nezavisan od međunarodnog iskustva malih i srednjih poduzeća izvoznika što, prema dostupnoj literaturi, nije slučaj s velikim i multinacionalnim korporacijama koje na temelju akumuliranog iskustva u međunarodnom poslovanju stječu održivu konkurentsku prednost.

5. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana

The mediating role of key supplier relationship management practices on supply chain orientation – the organizational buying effectiveness link

U radu se ispituje utjecaj orijentacije na opskrbi lanac i upravljanja odnosima s ključnim dobavljačima na organizacijsku nabavnu efektivnost u kontekstu opskrbnih lanaca. Veza između orijentacije na opskrbi lanac i organizacijske nabavne efektivnosti sagledava se pod medijatorskim utjecajem koncepta upravljanja odnosa s ključnim dobavljačima. U skladu s tim, produbljuje se izvorna teorijska argumentacija kako bi se oblikovao teorijski model u ovom radu. Teorijsko polazište u ovom radu je da nabava predstavlja ulogu čvorišta putem kojega se generira dodana vrijednost za narednog člana opskrbnog lanca. Kao rezultat teorijskih promišljanja, u radu je razvijen konceptualni model utjecaja orijentacije na opskrbi lanac, upravljanja odnosa s ključnim dobavljačima na organizacijsku nabavnu efektivnost i profitabilnost s odgovarajućim hipotezama. S ciljem provjere postavljenih hipoteza provedeno je primarno istraživanje na uzorku od 123 velika i srednja poduzeća prerađivačke industrije u Republici Hrvatskoj korištenjem anketnog ispitivanja. Rezultati ukazuju kako orijentacija na opskrbi lanac i upravljanje odnosima s ključnim dobavljačima imaju snažan i pozitivan utjecaj na organizacijsku nabavnu efektivnost. Nadalje, analizom modela je utvrđeno kako je upravljanje odnosima s ključnim dobavljačima značajan medijator u odnosu između orijentacije na opskrbi lanac i organizacijske nabavne efektivnosti. Konačno, rezultati ukazuju kako organizacijska nabavna efektivnost značajno i pozitivno utječe na profitabilnost poduzeća. Na koncu rada se ističu teorijske i menadžerske implikacije te ograničenja istraživanja koja uključuju sugestije za buduća istraživanja u ovom području.

Znanstveni doprinos rada se ogleda u teorijskom i empirijskom dijelu. U teorijskom dijelu, doprinos rada se očituje u oblikovanju modela utjecaja orijentacije na opskrbi lanac i upravljanja odnosa s ključnim dobavljačima na organizacijsku nabavnu efektivnost i profitabilnost. U oblikovanju teorijskog modela i hipoteza istraživanja korištene su spoznaje iz postojeće literature upravljanja opskrbnim lancem kao i vlastiti argumenti autora. U empirijskom dijelu, najznačajniji doprinos rada se manifestira u utvrđivanju statistički značajne medijatorske uloge upravljanja odnosima s ključnim dobavljačima u vezi između orijentacije na opskrbi lanac i organizacijske nabavne efektivnosti. Ovaj nalaz daje potvrdu teorijskom promišljanju da je za učinkovitu nabavu, tj. nabavu koja predstavlja važan mehanizam stvaranja vrijednosti za narednog člana opskrbnog lanca, potrebno ne samo da poduzeće bude orijentirano na svoj cijeli opskrbi lanac nego i da aktivno upravlja odnosima sa svojim ključnim dobavljačima. Drugi empirijski doprinos rada je u potvrdi pozitivne i statistički značajne veze između organizacijske nabavne efektivnosti i profitabilnosti poduzeća.

6. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana

Cognitive and information-based capabilities in the internationalization of small and medium-sized enterprises: The case of Croatian exporters

Cilj ovog rada je bio istraživanje utjecaja kognitivnih sposobnosti i sposobnosti upravljanja tržišnim informacijama na izvozne performanse malih i srednjih poduzeća izvoznika u Republici Hrvatskoj. Temeljem pregleda literature, razvijen je konceptualni model u kojem je globalni sustav razmišljanja identificiran kao ključna kognitivna sposobnost, a izvozna tržišna orijentacija kao ključna sposobnost upravljanja tržišnim informacijama. U modelu se pretpostavila pozitivna i značajna veza navedenih sposobnosti s izvoznim performansama malih i srednjih poduzeća. Za potrebe testiranja postavljenih hipoteza u radu, provedeno je primarno istraživanje na uzorku od 125 malih i srednjih poduzeća izvoznika u Republici Hrvatskoj. Nalazi istraživanja ukazuju na značajan utjecaj kognitivnih (globalni sustav razmišljanja) i sposobnosti upravljanja tržišnim informacijama (izvozna tržišna orijentacija) na izvozne performanse malih i srednjih poduzeća. Štoviše, uočeno je da globalni sustav razmišljanja igra značajnu medijatorsku ulogu u vezi između izvozne tržišne orijentacije i izvoznih performansi. Na kraju rada se na sustavan način prikazuju teorijski i praktični doprinosi i preporuke za buduća istraživanja u području međunarodnog marketinga.

Znanstveni doprinos rada se očituje u empirijskoj potvrdi postavljenih hipoteza, tj. da kognitivne sposobnosti i sposobnosti upravljanja tržišnim informacijama imaju značajan i pozitivan utjecaj na izvozne performanse malih i srednjih poduzeća. U aktualnoj literaturi koja obrađuje internacionalizaciju malih i srednjih poduzeća sve više dominira pristup da su osim opipljivih resursa, neopipljive sposobnosti također značajna determinanta procesa internacionalizacije. Doprinos ovog istraživanja leži u činjenici da su u jedinstvenom teorijskom modelu integrirane i empirijski potvrđene pretpostavke koje pripadaju suprotstavljenim teorijama internacionalizacije (tradicionalni i model „globalno rođenih“ poduzeća). Nalazi istraživanja su ukazali kako su kognitivne i sposobnosti upravljanja tržišnim informacijama komplementarne i kako značajno utječu na izvozne performanse malih i srednjih poduzeća. Stoga se glavni doprinos ovog rada može sublimirati u činjenici da je sposobnost procesuiranja izvoznih informacija izravno ovisna o sustavu razmišljanja kojeg posjeduje izvozni menadžer. Drugim riječima, kognitivni sklop izvoznih menadžera daje smisao izvoznim informacijama, čineći ih neopipljivim resursom. Što su kognitivne sposobnosti razvijenije, to je utjecaj informacijskih sposobnosti na izvozne performanse snažniji i značajniji.

7. Tavakoli, Assad A; Keenan, John P.; Crnjak-Karanovic, Biljana
Culture and Whistleblowing: An Empirical Study of Croatian and United States Managers Utilizing Hofstede's Cultural Dimensions

Rast međunarodnog biznisa i rastuće značenje globalizacije, posebno s aspekta značenja međunarodne proizvodnje i mreže proizvodnih uporišta razmještenih diljem Svijeta, kontinuirano otvara brojne dileme i probleme managerima multinacionalnih kompanija. Jedno od područja gdje se javljaju poteškoće u poslovanju odnosi se na problematiku poslovne etike u različitim kulturama. Upozoravanje na nepravilnosti u poslovanju kompanije jedno je od područja poslovne etike koje se sve više istražuje u svijetu. Cilj ovoga rada je istraživanje razlika u poslovnoj etici kroz utvrđivanje sklonosti managera SAD-a i Hrvatske ka ukazivanju na nepravilnosti u poslovanju njihove kompanije. Autori ističu da je pojava neetičkog ponašanja i pojava nelegalnih poslovnih aktivnosti u kompanijama globalno prisutno u praksi, ali je sklonost upozoravanja i poduzimanja aktivnosti kako bi se otklonile nepravilnosti različita u različitim okruženjima kulture. Autori daju pregled literature o sklonosti upozoravanja na neetično i nelegalno ponašanje te istraživanje proširuju na međunarodnu arenu. Polazeći od Hofstedove teorije kulturoloških razlika među zemljama autori se fokusiraju na četiri dimenzije kulture temeljem kojih je moguće objasniti razlike u sklonosti upozoravanja na neetičko i nelegalno ponašanje. Istraživanje na terenu provedeno je na uzorku managera malih i srednjih poduzeća SAD-a (186 ispitanika) i Hrvatske (106 ispitanika).

Znanstveni doprinos rada počiva na teorijskim i istraživačkim vrijednostima. U radu su cjelovito, u sažetom obliku, prikazani najvažniji nalazi teorijsko primijenjenih istraživanja u području kulture i poslovne etike. Istraživanjem se došlo do zaključka da Hofstedova teorija (dimenzije kulture) ne može objasniti sve kulturološke razlike, uvažavajući činjenicu da su uzorci nedovoljno uravnoteženi s obzirom na demografska obilježja, statusni položaj i dužinu zaposlenih ispitanika dvaju uzoraka. Usprkos tome, nalazi ovoga rada predstavljaju vrijedno uporište za buduća istraživanja, jer se po prvi put u odnosu na postojeća istraživanja fokus stavlja na kros-kulturne razlike s aspekta percepcije ispitanika po pitanju etičkog/neetičkog ponašanja, sklonosti upozoravanja na nelegalne ili štetne aktivnosti (veća, srednja, manja šteta) te bojazan od reperkusija u slučaju upozoravanja.

Dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović je **sudjelovala u radu velikog broja domaćih i međunarodnih znanstvenih konferencija/skupova (preko 30)**. Svi prezentirani radovi objavljeni su u relevantnim publikacijama (časopisi ili zbornici radova), a ovdje se navode samo oni objavljeni u zbornicima svjetskih konferencija: World Marketing Congress, Academy of Marketing Science (AMS), Global Marketing Issues at the Turn of the Millennium (rad oznake II-21 u Prilogu); 12th Biennial World Marketing Congress, Marketing in an Inter-Connected World: Opportunities and Challenges (rad oznake II-27 u Prilogu); ANZMAC /Australia and New Zealand Marketing Academy Conference, Broadening the Boundaries (rad oznake II- 29 u prilogu); 13th Biennial World Marketing Congress, Marketing Theory and Practice in an Inter-functional World (rad oznake II-31 u Prilogu); Global Marketing Conference, AMS/KAMS, Marketing in the Dynamic, Global World (rad oznake II-32 u Prilogu).

Bila je: član Programskog odbora međunarodnog znanstvenog skupa/konferencije 23rd CROMAR Congress Marketing in a Dinamic Environment – Academic and Practical Insights (2013. godina); predsjednik Programskog odbora međunarodnog znanstvenog skupa/konferencije 24th CROMAR Congress Marketing Theory And Practice - Building Bridges And Fostering Collaboration (2015. godina); član Programskog odbora međunarodnih znanstvenih konferencija u organizaciji Singidunum University – SITCON konferencije (SITCON-2015, SITCON-2016, SITCON-2017, SITCON-2018, te SITCON-2020).

Sudjelovala je u svojstvu člana **u organizaciji** više **međunarodnih znanstvenih konferencija**: bila je (2005. godina) član Organizacijskog odbora Svjetskog marketing kongresa, Academy of Marketing Science (AMS) The 12th Biennial World Marketing Congress, Marketing in an Inter-connected World: Opportunities and Challenges; član Organizacijskog odbora Godišnje (AMS) konferencije (2006. godina) Cultural Perspectives in Marketing Conference - The Dynamic Nature of Cultural Perspectives in Marketing. Na obje je ujedno bila **recenzent radova**, te **voditelj sesija** Marketing in the EU, te dobila zahvalnicu/priznanje za uspješno voditeljstvo.

Na Ekonomskom fakultetu u Splitu sudjelovala je u organizaciji međunarodnih znanstvenih skupova/konferencija. U 2003. godini bila je član Organizacijskog odbora Fifth International Conference on Enterprise in Transition. U 2005. godini bila je predsjednik Organizacijskog odbora Sixth International Conference on Enterprise in Transition.

Aktivno djeluje u radu akademske zajednice, te je **recenzirala** veći broj znanstvenih članaka za **časopise** (Tržište-MARKET, Ekonomska misao i praksa) te domaće (CROMAR), a potom međunarodne **konferencije** (CROMAR) održane u Hrvatskoj, međunarodne konferencija u organizaciji The Academy of Marketing Science-AMS, SAD, te međunarodne konferencije/skupove, organizirane od strane Ekonomskog fakulteta u Splitu. Recenzirala je i veći broj **knjiga** (udžbenici, znanstvene monografije), dva poslijediplomska **studija**, te veći broj **znanstvenih projekata** prijavljenih za financiranje od strane MZOŠ. Pored toga, na poziv MZOŠ (2012. godina) analizirala je radove i dala ocjenu znanstvenog doprinosa dvaju predložnika s Ekonomskog fakulteta Zagreb za godišnju nagradu za znanost za značajno znanstveno dostignuće u području društvenih znanosti.

Bila je član **međunarodnog uređivačkog odbora znanstvenog časopisa** UPRAVA (Fakulteta za Upravo Univerze v Ljubljani). Od 2018. godine član je međunarodnog uredništva časopisa MANAGEMENT, Journal of Contemporary Management Issues, (Faculty of Economics, Business and Tourism, University of Split). Oba časopisa su zastupljena u relevantnim bazama.

3. NASTAVNA DJELATNOST

Angažiranje dr.sc. Biljane Crnjak-Karanović u nastavi je počelo odmah po dolasku na Ekonomski fakultet. Od akademske 1982.-1983. do akademske 1989.-1990. uključena je u nastavu na grupi kolegija Ekonomika narodne privrede (Ekonomika trgovine, Unutarnja trgovina, Regionalna ekonomija). Od akademske 1991.-1992. (nakon godišnje završene specijalizacije u inozemstvu u području Marketing Management) sudjeluje u izvođenju nastave na grupi kolegija Marketing (kolegiji Marketing i Međunarodni marketing).

Od izbora u zvanje docenta do odlaska u mirovinu **izvodila je nastavu** na brojnim kolegijima na matičnom fakultetu (dodiplomski, preddiplomski, diplomski studij) iz područja Marketinga: Marketing, Međunarodni marketing, Globalne marketinške strategije, Marketing menadžment, Marketing Management (ERASMUS), Istraživanje tržišta (akademska 2001.-2002.), Poslovni marketing (stručni studij, akademska 2001.-2002.), Vanjskotrgovinsko poslovanje (stručni studij, akademska 2001.-2002.)

Sudjelovala je u izvođenju nastave i na poslijediplomskim studijima u Hrvatskoj, u svojstvu nositelja (sunositelja) kolegija, na ekonomskim fakultetima u Splitu, Zagrebu i Rijeci. U okviru poslijediplomskih studija na Ekonomskom fakultetu u Splitu bila je nositelj sljedećih kolegija: Međunarodni marketing (Poslijediplomski stručni studij Marketing), Marketing management (Poslijediplomski stručni studij Menedžment), Marketing management (Znanstveni poslijediplomski studij Management), te sunositelj kolegija Globalne marketinške strategije (Međunarodni poslijediplomski znanstveni studij Europske ekonomske integracije). Na poslijediplomskom studiju Marketing menadžment na Ekonomskom fakultetu u Rijeci bila je sunositelj kolegija Međunarodni

marketing, te sunositelj kolegija Upravljanje cijenama na poslijediplomskom specijalističkom studiju Upravljanje poslovnim industrijskim marketingom na Ekonomskom fakultetu Zagreb.

U ožujku 2002. godine održala je **pozvano predavanje** na Staffordshire University, Stoke-on-Trent Business School, UK, na poslijediplomskom znanstvenom studiju MA in Global Marketing.

U okviru priprema za usklađivanje nastavnih planova i programa prema zahtjevima Bologne, bila je **koordinator u izradi studijskih planova i programa**, na Ekonomskom fakultetu u Splitu, te aktivno sudjelovala u oblikovanju kolegija na preddiplomskom, diplomskom, poslijediplomskom specijalističkom studiju Poslovna ekonomija, te poslijediplomskom sveučilišnom (doktorskom) studiju Ekonomija i Poslovna ekonomija. **Izradila je nastavne planove** za nove kolegije, uvedene na studiju Poslovna ekonomija (Marketing menadžment i Globalne marketinške strategije - diplomski studij, Marketing management - poslijediplomski specijalistički studij Poslovna ekonomija, Teorije marketinga - poslijediplomski sveučilišni studij Ekonomija i poslovna ekonomija).

Pored toga, izradila je nastavne planove za nove obvezne kolegije (preddiplomska i diplomatska razina) uvedene na Umjetničkoj akademiji u Splitu-UMAS, Dizajn vizualnih komunikacija (kolegij Marketing), Fakultetu elektrotehnike strojarstva i brodogradnje-FESB, Industrijsko inženjerstvo (kolegij Marketing), te Kemijsko - tehnološkom fakultetu-KTF (kolegij Farmaceutski marketing i komunikacija, izborni kolegij). U suradnji sa kolegicom s Katedre za opću ekonomiju, čije je uže područje specijalizacije ekonomika okoliša, izradila je nastavni plan za poslijediplomski sveučilišni studij Primijenjene znanosti o moru, nositelji kojega su bili Sveučilište u Splitu, Sveučilište u Dubrovniku, Institut za oceanografiju i ribarstvo: *Međusveučilišni poslijediplomski doktorski studij* (kolegij Marketing u ribarstvu, izborni).

U svim izvješćima za izbore u zvanja, u odjeljku Ocjena sveukupne nastavne aktivnosti navodi se da je kao izvođač nastave **sadržajno i metodički unaprijedila nastavu** na kolegijima kojih je nositelj, uvodeći različite oblike interaktivne nastave: studentske projekte, analizu studija slučaja i studentske radionice, prezentacije projekata, pretraživanje baza podataka putem interneta. U Izvješću za izbor u redovitog profesora - trajno zvanje, Stručno povjerenstvo navodi da „ima vrlo izražene pedagoške sposobnosti, sistematičnost i metodičnost u prenošenju vlastitog znanja i iskustva na studente dodiplomskog i poslijediplomskih studija, što potkrepljuju podaci iz anonimnih anketa, te pozivi i održana pozvana predavanja u inozemstvu. Veoma je aktivna u podizanju znanstvenog pomlatka, što se ogleda posebno u njenom radu u svojstvu mentora kod izrade diplomskih i magistarskih radova, te u mentorstvu asistentima/znanstvenim novacima. Možemo slobodno zaključiti da je dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović u svojoj nastavničkoj djelatnosti stekla zapaženi ugled te uspjeh u nastavnom procesu na disciplinama Marketing i Međunarodni marketing.“

Od izbora u zvanje docenta do odlaska u mirovinu pod njenim je **mentorstvom** ocijenjeno/obranjeno preko 200 radova (dodiplomski, preddiplomski i diplomski studij), te 9 magistarskih/završnih radova na poslijediplomskom studiju. Sa studentima kojima je bila mentor pri izradi radova, objavila je 5 znanstvenih članaka. U sklopu XXII Kongresa CROMAR-a za najbolji diplomski rad odabran je, prema ocjenama žirija, rad studentice kojoj je bila mentor.

U svim **institucijskim istraživanjima kvalitete nastavnog rada**, njezin je rad visoko ocijenjen (u rasponu od 4,3 do 5). Vrijedno je istaknuti, da je dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović i prije uvođenja sustava Institucijskog istraživanja kvalitete nastavnog rada, oblikovala Upitnik temeljem kojeg se provodilo istraživanje kvalitete nastavnog rada, kako njenog tako i njenih suradnika u izvođenju nastave (asistenata), te kvalitete nastavnog rada nositelja svih kolegija na poslijediplomskom stručnom studiju Marketing (voditelj Studija, nositelj kolegija Međunarodni marketing).

U izvješću za Izbor u redovitog profesora - trajno zvanje, Stručno povjerenstvo je ocijenilo da se dio radova koje je objavila može koristiti kao udžbenik ili priručnik u nastavi (radovi oznaka II-11, 13, 41 i 43 u Prilogu).

Nakon izbora u zvanje redovitog profesora - trajno zvanje, objavila je udžbenik: Crnjak-Karanović, Biljana; Miočević, Dario; Osnove međunarodnog marketinga, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2013. Sudjelovala je kao koordinator tima matičnog Fakulteta u procesu izrade Leksikona, te je koautor/suradnik knjige "Leksikon Marketinga", Urednik: Previšić, J., Ekonomski fakultet, Zagreb, 2011, Recenzenti: Marušić, M., Jurše, M., Ravlić, S. (ISBN978-953-6025-39-8).

Potrebno je istaknuti njen angažman i doprinos u realizaciji projekta Usvajanje načela HKO u visokoobrazovnim institucijama u polju ekonomija - ECONQUAL. Za potrebe Projekta, sudjelovala je u edukaciji koju je organizirao AZVO (edukacija edukatora), nakon čega je, u okviru radionice na Fakultetu, imala izlaganje (edukacija nastavnog osoblja Fakulteta). U publikaciji Preporuke za inovaciju studijskih programa iz ekonomije i poslovne ekonomije na temelju ishoda učenja (Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2016., urednici Alen Host i Nikša Alfrević), autor je separata *Preporuke za sadržajne inovacije studija Poslovne ekonomije-smjer Marketing*.

Na svim nacionalnim i međunarodnim (re)akreditacijama Fakulteta bila je član **fokus grupa** u svojstvu nastavnika, ili u svojstvu člana Etičkog povjerenstva Fakulteta. Slučajnim odabirom, između raspoloživih nastavnih materijala, analizirani su i oni koje je dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović dala na uvid (Syllabus, Teminski plan izvođenja nastave po tematskim cjelinama i datumima, Objave rezultata, Primjeri ocijenjenih ispita, Diplomski radovi), a koji su, prema povratnim informacijama od strane uprava Fakulteta ocijenjeni kao primjeri dobre prakse prema međunarodnim standardima. Za ilustraciju njenog doprinosa unaprjeđenju nastave u nastavku se navode **inovacije na kolegijima** kojih je bila nositelj.

Na kolegijima Međunarodni marketing i Globalne marketinške strategije, uvela je terenski rad studenata (posjete poduzećima) te izradu projekata (Timski projekti) u okviru kojih studenti provode istraživanje (preliminarno, orijentacijsko, indikativno) za potrebe izvoza proizvoda (izbor zemlje) i prijedloga međunarodnog marketinškog miksa. Tako su studenti bilo samostalno, bilo uz pomoć predloženice ili njenih suradnika, neposredno rješavali izazove u procesu internacionalizacije poduzeća (primjerice, Rimac automobili - concept c, Include - pametne klupe, OPG Spara - Džem od marelice). U okviru kolegija Marketing menadžment i Marketing Management (ERASMUS), uvela je Marketinšku simulaciju - Računalno podržanu aplikaciju, pri čemu se studenti (timovi studenata) stavljaju u virtualnu stvarnost te se natječu na tržištu (udio na tržištu i profitabilnost poduzeća), što u konačnici određuje poziciju poduzeća te utječe na ocjenu koju studenti ostvaruju.

Na svim kolegijima, dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović je uvela i *moodle kvizove*, sa ciljem samo-evaluacije studenata. Tijekom pandemije corona virusa (COVID - 19) *moodle kvizovi* su se koristili ne samo u svrhu samo-evaluacije, već su bili i uvjet za dobivanje potpisa. Pored toga, uvela je na predavanjima (nakon svake obrađene cjeline) *Kahoot kvizove*, pri čemu su studenti pristupom Internetu preko *pametnih* mobitela odgovarali na postavljena pitanja. Po završetku kviza, studenti su znali što su pogrešno odgovorili, što je ujedno bio pokazatelj što bi im se dodatno trebalo pojasniti.

U okviru ERASMUS+programa **održala je predavanja na više sveučilišta**: Portugal, UNIVERSIDADE DE AVEIRO-Aveiro; Makedonija, SS. CYRIL I METHODUS UNIVERSITY IN SKOPJE, Faculty of Economics-Skopje; Azerbajdžan, ADA UNIVERSITY, School of Business-Baku; Češka, THE CZECH UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES, Prague, Faculty of Economics, Business and Management-Prag; Italija, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE, Business and administration-Firenca; Latvija, RIGA TECHNICAL UNIVERSITY, Faculty Of Engineering Economics And Management-Riga. S kolegama iz Italije i Latvije je dogovorila da u okviru ERASMUS+ programa održe predavanja na Fakultetu (akademska 2022.-2023.), a sa kolegicom iz Firence zajedničko istraživanje u području kros-kulturnog ponašanja potrošača, a što će se realizirati nakon njenog odlaska u mirovinu.

4. OBRAZLOŽENJE I ZAKLJUČAK

Dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović svoj je 40-godišnji znanstveno-nastavni rad posvetila znanstvenim istraživanjima i obrazovanju generacija znanstvenika i stručnjaka iz područja marketinga. Njen poseban doprinos odgovorima na izazove poslovanja u uvjetima globalizacije se ogleda u razvoju tri ključna područja marketinga: Međunarodni marketing, Marketing menadžment i Globalne marketinške strategije. Kao jedna od vodećih hrvatskih znanstvenica u spomenutim područjima, objavljivanjem znanstvenih radova u renomiranim časopisima, te mentorskim i recenzentskim radom, djelovanjem u akademskim i stručnim, domaćim i inozemnim, povjerenstvima, odgajala je brojne mlade znanstvenike i stručnjake u zemlji i inozemstvu, čime je znatno pridonijela razvitku i međunarodnoj prepoznatljivosti ne samo Ekonomskog fakulteta u Splitu već i Sveučilišta u Splitu u cjelini.

Tijekom akademske karijere **predavala je kolegije iz područja marketinga** na dodiplomskoj, preddiplomskoj, diplomskoj, poslijediplomskoj (stručni, znanstveni, specijalistički) i na poslijediplomskoj sveučilišnoj (doktorski) razini studija. **Uvodila je nove i inovirala postojeće kolegije, objavila sveučilišni udžbenik**, te je bila **voditeljica poslijediplomskih studija** (stručni studij Marketing, te specijalistički studij Poslovne ekonomije na ekonomskim fakultetima u Splitu i Mostaru).

Dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović je do odlaska u mirovinu **objavila ukupno 70 radova**, od kojih su **62 znanstvena rada**, te 8 stručnih studija. Prema nalazima Samoanalize, a u sklopu procesa dobivanja prestižne međunarodne EFMD akreditacije preddiplomskog i diplomskog studija Poslovne ekonomije (EPAS SELF-ASSESSMENT REPORT, 2019), spada u prvih pet najcitiranijih autora Fakulteta, odnosno prvih petnaest najcitiranijih ekonomista iz sustava visokog obrazovanja Hrvatske (prema Web of Science, Core Collection). Međunarodno priznata znanstvena reputacija posebno je vidljiva iz radova objavljenih u časopisima koji su uvršteni u listu vodećih časopisa (AJG, ABDC, FT 50).

Višekratno je bila imenovana za **mentora studentima** na svim razinama studija što je rezultiralo objavljivanjem pet (5) zajedničkih radova u relevantnim znanstvenim publikacijama (časopisi, monografije, zbornik radova međunarodne konferencije).

Bila je **mentor svojim suradnicima** u pogledu praćenja njihovog znanstvenog, nastavnog i stručnog rada. Tadašnji asistenti su danas svi u znanstveno-nastavnim zvanjima docenta ili izvanrednog profesora i pred izborom u zvanje redovitog profesora, te se i na taj način predloženica iskazala kao uspješan mentor. Više puta je bila imenovana u povjerenstva za ocjenu i obranu doktorskih disertacije kandidata sa ekonomskih fakulteta (odjela) u Hrvatskoj (Ekonomski fakultet u Splitu, Ekonomski fakultet Zagreb, Sveučilište u Dubrovniku, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju), te konzultantom u postupcima izrade doktorskih disertacija.

Potrebno je istaknuti aktivnosti i njen angažman u nastavnom radu na fakultetima u zemlji i inozemstvu. Dulji niz godina bila je nositelj kolegija na poslijediplomskim studijima u Hrvatskoj (Ekonomski fakultet Zagreb, Ekonomski fakultet u Rijeci), te Bosni i Hercegovini (Zajednički poslijediplomski specijalistički studij Poslovne ekonomije i Poslijediplomski doktorski studij Poslovne ekonomije) koji se izvodio u Mostaru. Održala je i pozvano predavanje na Staffordshire University, Stoke-on-Trent Business School-UK, na poslijediplomskom znanstvenom studiju MA in Global Marketing.

U prilog doprinosa predloženice u nastavnoj djelatnosti treba istaknuti i njen angažman u realizaciji projekta Usvajanje načela HKO u visokoobrazovnim institucijama u polju ekonomija - ECONQUAL, sudjelovanjem u edukaciji (edukacija za edukatore) i diseminacijom usvojenog znanja (edukacija nastavnog osoblja Fakulteta), te objavom separata *Preporuke za sadržajne inovacije studija Poslovne ekonomije-smjer Marketing*.

Sudjelovala je u realizaciji **šest (6) znanstvenih projekata** financiranih od strane Ministarstva znanosti i tehnologije, odnosno Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa RH, kako u svojstvu istraživača (6 projekata), tako i svojstvu voditelja (2 projekta). Jedan od projekata kojega je vodila (Marketinški pristup oblikovanju identiteta jadranskog prostora) visoko je rangiran u društvenim znanostima (14. mjesto), te posebno u znanstvenom polju ekonomije (2. mjesto).

Njen doprinos promicanju međunarodnog značaja i ugleda Fakulteta i Sveučilišta očituje se, između ostalog, i u sudjelovanju u radu programskih odbora više međunarodnih znanstvenih konferencija: član Programskog odbora međunarodnog znanstvenog skupa/konferencije 23rd CROMAR Congress (2013. godina); predsjednik Programskog odbora međunarodnog znanstvenog skupa/konferencije 24th CROMAR Congress (2015. godina); član Programskog odbora međunarodnih znanstvenih konferencija u organizaciji Singidunum University - SITCON konferencija.

Nadalje, bila je (2005. godina) član Organizacijskog odbora Svjetskog marketing kongresa, Academy of Marketing Science (AMS) The 12th Biennial World Marketing Congress, Marketing in an Inter-connected World: Opportunities and Challenges; kao i (2006. godina) član Organizacijskog odbora godišnje (AMS) konferencije Cultural Perspectives in Marketing Conference - The Dynamic Nature of Cultural Perspectives in Marketing. Na obje je ujedno bila recenzent radova, te voditelj sesija Marketing in the EU, te dobila zahvalnice/priznanje za uspješno voditeljstvo. Na Ekonomskom fakultetu u Splitu bila je (2003. godina) član Organizacijskog odbora Fifth International Conference on Enterprise in Transition, te (2005. godina) predsjednik Organizacijskog odbora Sixth International Conference on Enterprise in Transition.

Bila je **član Povjerenstva u obrani doktorske disertacije** Matilde Dorotić Borić, pod naslovom *The influence of Marketing Instruments and Rewardig on Cardholders' Behavior in Coalition Loyalty Programs*. Disertacija je obranjena na **University of Groningen** (Nizozemska), pred povjerenstvom u sastavu: 1. prof. dr. Praveen Kopalle, Associate Dean for the MBA Program, Signal Companies' Professor of Management, Professor of Marketing at the Tuck School of Business, Dartmouth College, 2. prof. dr. Els Gijsbrechts, TiSEM: Tilburg School of Economics and Management, Department Marketing, 3. prof. dr. Peter Leeflang, University of Groningen, Faculty of Economics and Business, Department Marketing, 4. prof. dr. Dennis Fok, professor of Econometrics and Data Science at the Econometric Institute of the Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam, 5. prof. dr. Biljana Crnjak-Karanović, University of Split, Faculty of Economics.

Također je na poziv tadašnjeg **Rektora Sveučilišta u Bratislavi** (Comenius University), prof. dr. Karol Micieta, obavila evaluaciju znanstvenih radova kandidata za izbor u znanstveno nastavno zvanje Izvanrednog profesora.

Aktivnim sudjelovanjem u radu **Alpbach European Forum-a (AEF)**, posebno na Ekonomskom samitu, imala je priliku upoznati se i uspostaviti suradnju sa prof. dr.sc. Erhardom Busekom, višegodišnjim predsjednikom AEFa (bivši austrijski potkancelar i ministar znanosti i obrazovanja, dogradonačelnik Beča i čelnik Narodne stranke - ÖVP, te bivši posebni koordinator Pakta o stabilnosti EU za jugoistočnu Europu) i doživotnim predstojnikom (preminuo u ožujku 2022.) austrijskog Instituta za Podunavlje i srednju Europu – IDM. Zahvaljujući uspostavljenoj suradnji, **prof. dr.sc. Erhard Busek** rado se odazvao njenom pozivu (predsjednica Organizacijskog odbora 6th International Conference on Enterprise in Transition) i održao izlaganje kao Keynote speaker.

Njeno proaktivno djelovanje u sklopu AEFa prepoznato je, te je dobila poziv da održi izlaganje na Liberty Fund konferenciji Unintendent Consequences: The impact of Factor Endowments, Culture, and Politics on Long-Run Economic Performances (sudjelovanje moguće samo po pozivu) o problemima malih tranzicijskih zemalja.

Također, na AEFu je imala priliku upoznati i prof. dr.sc. Steve Pejovich-a, s Texas A&M University i uspostaviti s njim suradnju. Zahvaljujući njenim kontaktima s profesorom, odazvao se pozivu Fakulteta za sudjelovanje u radu Third international Conference on Enterprise in Transition, u svojstvu autora i voditelja sesije. Na poziv profesora Pejovich, sudjelovala je u radu Međunarodne konferencije Law, Rules and Economic Performarce, A Conference in Honor of Svetozar Pejovich, *professor emeritus*, Texas A&M University i održala **pozvano izlaganje** na temu The Impact of Crisis on Behavior of Firms' - Changes in Companies Marketing Strategy.

Višegodišnja suradnja s kolegama iz inozemstva, posebice Amerike (**Tavakoli, Assad A., Keenan, John P., Clifford J. Shultz**) i Australije (**Anthony Pecotich**), očitovala se kako u publiciranju zajedničkih znanstvenih radova tako i u izvođenju nastave na poslijediplomskom sveučilišnom studiju Fakulteta (kolegij Teorije marketinga) te podršci u znanstvenom usavršavanju asistenata - znanstvenih novaka na katedri za Marketing (Anthony Pecotich, University of Western Australia, **Antonis Simintiras**, Swansea University's School of Management).

Veliku zahvalnost Fakultet - Katedra za Marketing, duguje pokojnom prof. dr.sc. Pecotich, jer je u dva navrata tijekom dvije studijske godine (dva semestra) ne samo sudjelovao u izvođenju nastave, već je intenzivno radio sa asistentima na Katedri na programu marketinškog modeliranja, te primjeni statističkih metoda i ekonometrije u marketingu. Rad sa asistentima (grupni) odvijao se prema rasporedu usuglašenim sa asistentima, te utvrđenom od strane pročelnice Katedre (dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović), te se dodatno odvijao kroz individualni rad, ovisno o specifičnim potrebama svakog od asistenata. Realizacija ovoga projekta, svesrdno je bila potpomognuta od strane Fakulteta i tadašnjeg Rektora Sveučilišta, prof.dr.sc. Ivana Pavića.

Dobitnica je nagrade za Životno djelo - Ekonomski fakultet u Splitu, nagrade *Fedor Rocco* - Ekonomski fakultet Zagreb, za najbolji znanstveni članak (koautorstvo) iz područja marketinga; **Priznanja** Ekonomskog fakulteta u Splitu za vrijedno znanstveno djelo - koautorstvo zbirnog znanstvenog djela; Priznanja Ekonomskog fakulteta u Splitu za vrijedno znanstveno djelo - koautorstvo sveučilišnog udžbenika. Dobitnica je većeg broja **zahvala**: Povelja zahvalnosti za uspješno voditeljstvo poslijediplomskog stručnog studija Marketing; Zahvalnica od strane The Academy of Marketing Science (AMS) za uspješno suradnju u organiziranju Svjetskog marketing kongresa (WMC) i voditeljstvo sesije Marketing in the EU; Zahvalnica za uspješnu suradnju u

organiziranju godišnje konferencije marketinga (Annual - AMS) i voditeljstvo sesije Marketing in the EU; Zahvalnica od strane LIBERTY FUNDa na izlaganju o problemima malih tranzicijskih zemalja, što je uz to rezultiralo i vrijednom donacijom knjiga za Ekonomski fakultet u Splitu.

Recenzentica je velikog broja znanstvenih radova (časopisi i međunarodne konferencije) kao i studijskih programa (AZVO i Ekonomski fakultet Zagreb).

Bila je **voditelj poslijediplomskog** stručnog **studija Marketing**, voditelj poslijediplomskog specijalističkog studija *Poslovna ekonomija* na Fakultetu, te suvoditelj zajedničkog Poslijediplomskog specijalističkog studija *Poslovna ekonomija*, Sveučilišta u Splitu, Ekonomski fakultet i Sveučilišta u Mostaru, Ekonomski fakultet. Obnašala je funkciju člana vijeća zajedničkih poslijediplomskih studija (specijalistički i sveučilišni). U dva mandata (ukupno osam godina) bila je **Pročelnica Katedre za marketing**. U dva mandata (ukupno osam godina) obavljala je odgovoran i zahtjevnu posao izvijestitelja u velikom broju izvješća kao **član Matičnog odbora za interdisciplinarno područje (znanost; umjetnost)** (AZVO).

Obnašala je **čelnu funkciju u strukovnoj asocijaciji** u svojstvu člana Upravnog odbora Regionalne udruge za marketing (RUM-Split), a od 2018. član je Suda časti CROMAR, Hrvatske udruge za marketing.

U elaboraciji Prijedloga vrijedno je istaknuti i sljedeće: u Izvješću za izbor u znanstveno-nastavno zvanje docent, navodi se i dio ocjene njene doktorske disertacije pri čemu mentor, prof. dr. sc. Fedor Rocco ističe: „Doktorska disertacija Biljane Crnjak-Karanović rađena je na izazovnu temu, koja je u izvjesnom smislu vizionarska. Ali ekonomija bez vizionarstva, tj. bez istraživanja budućnosti, ne bi kao znanost davala zadovoljavajuće rezultate, odnosno, svrstala bi se samo među povijesne discipline“.

Temeljem svega prethodno navedenog u Prijedlogu, može se zaključiti kako je dr.sc. Biljana Crnjak-Karanović opravdala prethodno naveden izvadak/viđenje njenog mentora, utemeljitelja marketinga u Hrvatskoj (pokojni *professor emeritus* Fedor Rocco). Kao znanstvenica i nastavnica čije je uže područje specijalizacije Međunarodni marketing, svoje je djelovanje temeljila na postulatima internacionalizacije i umrežavanja te tako ostvarila izniman doprinos razvoju znanstvene, nastavne i stručne djelatnosti, kao i međunarodne vidljivosti i afirmacije Ekonomskog fakulteta u Splitu i Sveučilišta u Splitu u cjelini. Stoga se predlaže za izbor u počasno zvanje *professor emeritus*.

PRILOG: POPIS OBJAVLJENIH RADOVA

I. RADOVI OBJAVLJENI NAKON IZBORA U ZVANJE REDOVITOG PROFESORA - TRAJNO ZVANJE

ZNANSTVENI ČLANCI

1. Miočević, Dario; Kursan Milaković, Ivana; Crnjak-Karanović, Biljana; Mihić, Mirela; Kvasina, Antonija; Croatia: Assessing Resilience and Responses of Firms and Consumers During COVID-19 Pandemic // Community, Economy and COVID-19: Lessons from Multi- Country Analyses of a Global Pandemic / Shultz, Clifford J. ; Rahtz, Don R. ; Sirgy, Joseph M. (ur.), Switzerland: Springer, 2022. str. 155-179 doi:10.1007/978-3-030-98152-5_8
2. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana; Expatriate's food adaptation: when does acculturation elicit social identification vs differentiation? // Journal of consumer marketing, 39 (2022), 2; 191-203 doi:10.1108/JCM-02-2021-4448
3. Miočević, Dario; Kvasina, Antonija; Crnjak- Karanović, Biljana; Cosmopolitanism and expatriate's preference for host country food: The conditional effects of experiential capital and retail development // International Journal of Consumer Studies, 46 (2022), 2; 676-688 doi:10.1111/ijcs.12719
4. Jakus, A.; Crnjak-Karanović, B.; Dedić, G.; Potential Of Application Of Gamified Destination Promotion // Economic and Social Development (Book of Proceedings), 73rd International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Sustainable Tourism in Post- pandemic World" / Baracska, Z. ; Vukovic, D. ; Janjusevic, J. (ur.), Varaždin: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, Varazdin, Croatia, 2021. str. 210-217
5. Kvasina, Antonija; Crnjak-Karanović, Biljana; Tucak, Ante; The impact of demographic and socio- psychological characteristics on consumers' ethnocentric tendencies: Evidence from Croatia // Management, 23 (2018), 2; 47-64 doi:10.30924/mjcmi/2018.23.2.47
6. Petrić, Lidija; Crnjak-Karanović, Biljana; Anatomy of tourism development sustainability: the case of the city of Split // Singidunum University International Scientific Conference; Quality as a Basis for Tourism Destination Competitiveness / Milovan Stanišić (ur.), Belgrade: Singidunum University, 2016. str. 11-16
7. Kvasina, Antonija; Crnjak-Karanović, Biljana; Dorotić, Matilda; Internationalization Process Of Firms - Guidelines For Croatian SMEs // Proceedings of the 24th CROMAR Congress Marketing Theory and Practice- Building Bridges And Fostering Collaboration / Mihić Mirela (ur.). Split: Univeristy of Split, Faculty of Economics, 2015. str. 139-165
8. Renko, Nataša; Crnjak Karanović, Biljana; Matić, Matea; Influence of consumer ethnocentrism on purchase intentions: case of Croatia // Ekonomska misao i praksa, Sveučiliste u Dubrovniku, 21 (2012), 2; 529-544
9. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana; The mediating role of key supplier relationship management practices on supply chain orientation – the organizational buying effectiveness link // Industrial marketing management, 41 (2012), 1; 115-124 doi:10.1016/j.indmarman.2011.11.015
10. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana; Global mindset – A cognitive driver of small and medium-sized enterprise internationalization: The case of Croatian Exporters // Euromed Journal of Business, 7 (2012), 2; 142-160
11. Miočević, Dario; Crnjak Karanović, Biljana; The export market orientation: Export performance relationship in emerging markets: The Case of Croatian SME Exporters // International Journal of Business and Emerging Markets, 4 (2012), 2; 107-122

12. Marasović, Ivana; Crnjak Karanović, Biljana; Dragnić, Daša; The Impact of Crisis on Marketing Strategy Components - An Overview of Empirical Evidence // 22nd CROMAR Congress: Marketing Challenges in New Economy, Congress Proceedings / Danijela Križman Pavlović, Dragan Benazić (ur.). Pula: Juraj Dobrila University of Pula, Department of Economics and Tourism, 2011. str. 518-536

ZNANSTVENE MONOGRAFIJE

13. Vickov, Davor; Crnjak-Karanović, Biljana; Identitet i imidž Hrvatske kao destinacije za direktna strana ulaganja: Identificiranje barijera i prijedlog mjera za njihovo otklanjanje // Identitet jadranskog prostora Hrvatske : Retrospekt i prospekt / Crnjak Karanović, Biljana ; Derado, Dražen ; Fredotović, Maja ; Petrić, Lidija (ur.). Split: Ekonomski fakultet, 2012. str. 139-157
14. Pecotich, Anthony; Crnjak-Karanović, Biljana; Dedić, Goran; Regionalisation, Heredity and Sense of Place // Identitet jadranskog prostora Hrvatske: Retrospekt i prospekt / Crnjak Karanović Biljana, Derado Dražen, Fredotović Maja, Petrić Lidija (ur.). Split: Sveučilište u Splitu Ekonomski fakultet, 2012. str. 1-10
15. Miočević, Dario; Crnjak-Karanović, Biljana; Identitet izvoznih menadžera - pokretač internacionalizacije u hrvatskim malim i srednjim poduzećima: konceptualni razvoj i empirijska analiza // Identitet jadranskog prostora Hrvatske: Retrospekt i prospekt / Crnjak-Karanović, Biljana; Derado, Dražen; Fredotović, Maja; Petrić, Lidija (ur.). Split: Ekonomski fakultet, 2012. str. 79-102

ZNANSTVENE STUDIJE/EKSPERTIZE

16. Crnjak-Karanović, Biljana; Šerić, Neven; Miočević, Dario; Očekivana kretanja na prodajnom i nabavnom tržištu // Mogućnosti restrukturiranja Aluminijskog d.d. Mostar / Kružić, Dejan (ur.). Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2013. str. 121-148
17. Crnjak-Karanović, Biljana; Preporuke za inovaciju studijskih programa iz ekonomije i poslovne ekonomije na temelju ishoda učenja, Preporuke za sadržajne inovacije studija Poslovne ekonomije-smjer Marketing; Alen Host i Nikša Alfrević (ur.). Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2016. str. 125-135

SVEUČILIŠNI UDŽBENIK

18. Crnjak-Karanović, Biljana; Miočević, Dario; Osnove međunarodnog marketinga, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2013. 288 stranica

II. **RADOVI OBJAVLJENI PRIJE IZBORA U ZVANJE REDOVITOG PROFESORA - TRAJNO ZVANJE** (popis radova, sukladno izvješćima za izbor u zvanje docenta, izvanrednog, redovitog profesora i redovitog profesora – trajno zvanje)

A) ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U RECENZIRANIM MEĐUNARODNIM ČASOPISIMA I PUBLIKACIJAMA, KAO I DOMAĆIM ČASOPISIMA PO VRSNOĆI IZJEDNAČENIM S NJIMA: **RADOVI IZ SKUPINE a1**

1. "Utjecaj okružja na interese i ulaz stranih firmi i kapitala u Hrvatsku", Ekonomski pregled, br. 9-10, Zagreb, 1994., ISSN 0424-7558, UDK 338.91:338.94, Izvorni znanstveni članak, str. 660-678., (rad na hrvatskom, sažetak na engleskom, njemačkom, francuskom i ruskom jeziku, 17 referenci).
2. "Politika Europske unije prema zemljama Srednje i Istočne Europe: Implikacije za Hrvatsku", Ekonomski pregled, br. 9-10, Zagreb, 1995., ISSN 0424-7558, UDK 338.984.4(4);382, Pregledni članak, str. 688-705., (rad na hrvatskom, sažetak na engleskom, njemačkom, francuskom i ruskom jeziku, 14 referenci).

3. "Strana poduzetnička ulaganja u funkciji repozicioniranja hrvatskog turizma", Acta Turistica, God. 11, br. 1, 1999., Zagreb, lipnja 1999, UDK 338.48 (051), ISSN 0353-4316, Pregledni članak, UDC/UDK 339.727.22:338.48 (497.5), str. 71-97., (rad na engleskom i hrvatskom jeziku), u koautorstvu s Petrić, L., Vidučić Lj.
4. "The EPRG Framework and its Potential use when selecting Foreign Investor", Akademija MM, Slovenska znanstvena revija za trženje, Letnik V/9, 2002, Ljubljana, maj 2002, ISSN 1408-1652, str. 65-73., (rad na engleskom, sažetak na slovenskom jeziku, 24 reference).
5. "Culture and Whistleblowing: An Empirical Study of Croatian and United States Managers Utilizing Hofstede's Cultural Dimensions", Journal of Business Ethics 43: str. 49-64, 2003. © Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands. (47 referenci), u koautorstvu s Keenan, P., J., Tavakoli, A.
6. "Evolving Food Marketing Systems in Recovering Economies: Some Lessons from Croatia's Gavrilović and Emerging 'Oldies-but-Goodies'." Ekonomski Pregled, Godina 56, br. 11: 996-1013, 2005, Zagreb, 2005, ISSN 0424-7558, UDK 339.13.025.88 (497.5), JRL Classification M31, L66, Izvorni znanstveni rad, (rad na engleskom jeziku, 28 referenci) u koautorstvu s Clifford J. Shultz, S. Renko.
7. "Relationship Marketing and its Impact on the Competitive Structure: The case of Croatia", Management, Journal of Contemporary Management Issues", Vol. 10, No. 2, 1-112, UDC 658:33, ISSN 1331-0193: str. Faculty of Economics, Split, December 2005, str. 1-21, Izvorni znanstveni rad, UDC:658.8 (497.5), (rad na engleskom jeziku, 78 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A. i N. Renko.
8. "Psihometrijska analiza mjerne ljestvice izvozne marketinške orijentacije u kontekstu malih i srednjih poduzeća izvoznika u Hrvatskoj", Tržište, Vol. XXI, br. 1. (2009), Zagreb, 2009, str. 25-41, UDK: 658.8:339.564>(497.5), ISSN 0353 4790, izvorni znanstveni rad, (rad na hrvatskom jeziku, sažetak na engleskom, 39 referenci), u koautorstvu s Miočević, D.
9. "New Realities of the SME Internationalization: A Capability Perspective", Ekonomska istraživanja, Vol. 23 (2010), Pula, rujan 2010, No. 3, str. 43-56, ISSN 1331-677X; UDK 338, prethodno priopćenje, (rad na engleskom jeziku, sažetak na hrvatskom jeziku, 54 reference), u koautorstvu s Miočević, D.
10. "Cognitive and Information-based Capabilities in the Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises: The Case of Croatian Exporters", // Journal of small business management, 49 (2011), 4; 537-557 doi:10.1111/j.1540-627X.2011.00335.x

B) ZNANSTVENI RADOVI RECENZIRANI I OBJAVLJENI U ZBORNIKU RADOVA MEĐUNARODNOG ZNANSTVENOG SKUPA: RADOVI IS SKUPINE a1

11. "Financial Adjustment and Macroeconomic Stabilization in the Republic of Croatia". Rad objavljen u zborniku Public and Private Sector Partnership: Learning for Growth, Edited by Montanheiro, L., Haigh, B., Morris, D., Fabjančić, Z., Sheffield Hallam University, SHU Press, Learning Centre, UK, 1997., ISBN 0 86339 6895, str. 517-524., (rad na engleskom jeziku, 11 referenci), u koautorstvu s Vidučić, Lj.
12. "Financing and new forms of International Investment as a function of Market and Technological Changes in Tourism" DAAAM International Vienna, International Symposium, 23-25th October 1997, Dubrovnik, Croatia, Rad objavljen u zborniku "Proceedings of the 8th international DAAAM Symposium", ISBN 3-901509-04-6, Editor, B. Katalinić, str. 351-353., (rad na engleskom jeziku, 5 referenci), u koautorstvu s Vidučić, Lj., Petrić, L.

13. "Internationalization Strategy and Transitional Economies", Rad objavljen u zborniku Public and Private Sector Partnership: Fostering Enterprise Edited by Montanheiro, L., Haigh, B., Morris, D., Hrovatin, N., Sheffield Hallam University, SHU Press, Learning Centre, UK, 1998., ISBN 0 86339 7883, str. 613-625., (rad na engleskom jeziku, 13 referenci), u koautorstvu s Tavakoli, A.
14. "The Role of Finance and Marketing in the CEEC Transition and Reintegration into Wider Europe", International Conference "Business and Economic Development in Central and Eastern Europe: Implications for Economic Integration into wider Europe", University of Whitewater, Universitas Nicolai Copernici, Vysoke Učeni Technicke v Brne, The Nottingham Trent University, Brno, September 2-3, 1998. Rad objavljen u zborniku "Conference Proceedings - Business and Economic Development in Central and Eastern Europe: Implications for Economic Integration into Wider Europe", ISBN 80-214-1202-X, str. 657-663., (rad na engleskom jeziku, 9 referenci), u koautorstvu s Vidučić, Lj.
15. "The Role of Modern Information Technology in Tourism Development", Rad objavljen u zborniku Proceedings of the 9th DAAAM International Symposium "Intelligent Manufacturing, Automation & Networking", Technical University Cluj Napoca, (Romania), 1998., str. 114-116 (rad na engleskom jeziku, 5 referenci), u koautorstvu s Petrić, L., Vidučić, Lj.
16. "Developing Strategy for Attracting Foreign TNCs to Invest into Croatia", Third International Conference "Enterprise in Transition", Rad objavljen u zborniku: "Proceedings of the Third International Conference on Enterprise in Transition", ISBN 953-6024-28-4, UDK 339 (063) (082), Book of Extended Abstract + CD ROM with full papers, Faculty of Economics, Split, 1999., sažetak, str. 374-377., rad, str. 1530-1545., (rad na engleskom jeziku, 15 referenci).
17. "Networking: The Essence and Importance from International Marketing Viewpoint", DAAAM International Vienna, Rad objavljen u zborniku Annals of DAAAM for 1999 and Proceedings of the 10th DAAAM International Symposium, "Intelligent Manufacturing, Automation & Networking", Vienna, Austria, 1999., str. 103-105., (rad na engleskom jeziku, 6 referenci).
18. "The EPRG Framework And Its Potential Use When Deciding Which Foreign Investor To Select", Rad objavljen u zborniku Proceedings of the International Conference "Global Entrepreneurship for the New Millennium", Syracuse University, School of Management, New York (USA), 2000., str. 1-10 (rad na engleskom jeziku, 19 referenci).
19. "Development Dilemma of the Mediterranean countries: Is the Transnationalization Strategy Acceptable?", Rad objavljen u zborniku The First Encounter of Mediterranean Economists, International Workshop on "Cooperation and Development in the Mediterranean", (CD-ROM Faculty of Economics, Split, 2000., str. 1-12, (rad na engleskom jeziku, 14 referenci).
20. "Get In Or Get Lost: Is International Networking Essential For Companies In Small Transitional Countries?", Rad objavljen u zborniku, "Proceedings of the Third International Conference on Enterprise in Transition", ISBN 953-6024-28-4, UDK 339 (063) (082), Book of Extended Abstract + CD ROM with full papers, Faculty of Economics, Split, 2001., sažetak, str. 374-377., rad, str. 1530-1545., (rad na engleskom jeziku, 15 referenci).
21. "International Networking: The Essence and Strategic Implications for Companies in Small Transitional Countries", Rad objavljen u zborniku World Marketing Congress, Conference Proceeding, Edited by Spotts, E., H., Meadow, H., L., Smith, M., S., On Global Marketing Issues at the Turn of the Millennium, Vol. X, Academy of Marketing Science, Cardiff, Wales, 2001, (CD-ROM), ISBN 0-939873-03-07, Session II, str. 254-255, (rad na engleskom jeziku, 5 referenci).

22. "Culture and Whistle Blowing: A Study of Croatia and United States Managers", International Conference on Business Ethics in the Knowledge Economy, Hong Kong, 2-4 April, 2002. Rad objavljen u zborniku, *Conference Proceedings*, Hong Kong Baptist University, School of Business, str. 36 (sažetak) te na CD-ROM, Part 5, Management Ethics II, str. 1-24, (rad na engleskom jeziku, 21 referenca), u koautorstvu s Keenan, P., J., Tavakoli, A.
23. "Marketing a Country: Conceptual Framework for Foreign Investors Assessment", Rad objavljen u zborniku World Marketing Congress, Conference Proceeding, Edited by J.E. Lewin, Boston College, USA, Marketing across Borders and Boundaries: Understanding Cross-Functional and Inter-Disciplinary Interfaces Within an increasingly Global Environment, Vol. XI, 2003, Academy of Marketing Science, Perth, Western Australia, 2003 (CD-ROM), ISBN 0-93783-06-1, Session 6.2., str. 296-300, (10 referenci).
24. "Country Image from the Other side of the Mirror: The Case of Croatia", Rad objavljen u zborniku, "Proceedings of the Fifth International Conference Enterprise in Transition", ISBN 953-6024-49-7, UDK 339 (063), Book of Extended Abstract + CD ROM with full papers, Faculty of Economics, Split, 2003., Abstract, str. 344-348., Full paper, str. 1514-1527., (32 reference).
25. "Culture and Whistleblowing: An Empirical Study of Croatian and Iranian Managers Utilizing Hofstede's Cultural Dimensions", Rad objavljen u zborniku –CD-ROM, Proceedings of the Ninth Cross-Cultural Research Conference, Jamaica, December 2003, Proceedings Editor: Scott M. Smith, Brigham Young University, 2A, str. 10-18, (28 referenci), u koautorstvu s Tavakoli, A., Alireza, L.
26. "Relationship Marketing, Guanxi and Competition In Croatia", Rad objavljen u zborniku, Proceedings of the Sixteenth International Conference in Global Business", Association for Global Business, 2004, (CD-ROM), Volume 16, ISBN 1050-6292, Charles M., Byles (Editor), Virginia Commonwealth University, str. 1-12, (62 reference), u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.
27. "Understanding the Dimensions Of Country Of Origin Judgments: A Preliminary Evaluation", Rad objavljen u zborniku, Proceedings of the 12th Biennial World Marketing Congress, Marketing in an Inter-Connected World: Opportunities and Challenges, Book of Abstracts + CD ROM, Volume XII, 2005, Muenster, Germany, Editor: Carol W. De Moranville, Northern Illinois University, USA, 2005, Session 6.2: Global Marketing Issues—Strategic Challenges, Abstract, str. 51-52, Full paper, str. 223-228, (rad na engleskom jeziku, 11 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.
28. "Country of Origin Judgments: A Preliminary Evaluation of the Dimensions – The Case of Croatia" Rad objavljen u zborniku, "Proceedings of the Sixth International Conference Enterprise in Transition", ISBN 953-6024-70-5, Book of Extended Abstract + CD ROM with full papers, Faculty of Economics, Split-Bol, May, 2005, Abstract, str. 115-117., Full paper, str. 485-498, (38 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.
29. "Ethnocentrism, Animosity and Product Judgments in a Post-War, Transitional Economic Context of Croatia" Rad objavljen u zborniku: ANZMAC: Book of Abstracts, ISBN 0-646-45502-08, Track: Marketing in International and Cross-Cultural Environments, str. 82, + CD ROM with full papers, ISBN 0-646-45546-X, Editor: Sharon Purchase, The University of Western Australia, December 2005, Australia, str. 7-14, (rad na engleskom jeziku, 28 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.
30. "The Effects of Executive Marketing Orientation, Organizational Structure, Size and Age on Performance", "Proceedings of the Seventh International Conference Enterprise in Transition", ISSN 1846-2618, Book of Extended Abstract + CD ROM with full papers, ISSN 1846-2693, Split, 2007, Editors: Z. Reić, M. Fredotović, Abstract, pp. 96-99, Full paper, Session I-2: Ethics and Social Responsibility in Specific Industrial Context, pp. 1-10, (rad na engleskom jeziku, 67 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.

31. "Marketing Orientation, Privatisation and Performance: Evidence from a Developing Economy, " Academy of Marketing Science, The 13th Biennial World Marketing Congress, Verona, Italy, July 11-14, 2007, Editor: Carol W. DeMoranville, Bryant University, USA; Marketing Theory and Practice in an Inter-functional World, Volume XIII, 2007, ISBN 0-939783-13-4, Copyright, 2007, pp. 177-181, (rad na engleskom jeziku, 20 referenci) u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.
32. "The Impact of Marketing Orientation, Privatization, Size and Age on performance: Evidence from transitional Economy", 2008 Global Marketing Conference, Shanghai, P.R. China, Editor, KAMS&Shanghai Yiao Tong University, Shanghai, 2008, Marketing in the Dynamic, Global World; CD ROM, Session 1.4. str. 1-11. ISSN: 1976-8699, (rad na engleskom jeziku, 58 referenci), u koautorstvu s Pecotich, A., Renko, N.

C) ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ČASOPISIMA VAŽNIM ZA STRUKU

33. "Usmjeravanje razvoja trgovine na turističkim područjima", Prethodno znanstveno priopćenje, Privreda Dalmacije, br. 6, Split, 1989., str. 34-42.
34. "Politika Europske unije prema nečlanicama i implikacije za Hrvatsku", Ekonomski vjesnik, br. 2, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, lipanj 1997., UDK-33, ISSN 0353-359X:CODEN EKVJE, UDK 339.92:061.1 EEZ:(497.5), Prethodno priopćenje, str. 151-161.
35. "Unutarnja trgovina u funkciji stalnih i povremenih korisnika", Pregledni znanstveni rad, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Radovi, God. I., br. 3, Split, 1991., str. 115-135.
36. "Pogledi na tranzicijske probleme hrvatskog gospodarstva sa stajališta međunarodnog marketinga" Tržište, Vol. IX, br. 1/2, 1997., ISSN 0353-4790, UDK 339.138:33, str. 63-73, Izvorni znanstveni članak, (rad na hrvatskom, sažetak na engleskom jeziku, 15 referenci).
37. "Mjesto i uloga transnacionalnih kompanija u svjetskom gospodarstvu: strateške implikacije za Hrvatsku", Tržište, Vol. X, br. 1-2, 1998., ISSN 0353-4790, UDK 339.138:658.8, str. 25-34, Izvorni znanstveni članak (rad na hrvatskom, sažetak na engleskom jeziku, 20 referenci).
38. "Empirijska istraživanja u hrvatskim poduzećima: Analiza i pouke jednog (neuspjelog?) istraživanja", Hrvatska gospodarska revija, Vol. 48, br. 7, 1999., Zagreb 1999., ISSN 1330-9145, UDK 65.012.12:65.017, Prethodno priopćenje, str. 20-27 (rad na hrvatskom jeziku, 3 reference), u koautorstvu s Grubišić, D., Goić, S.
39. "Međunarodna ulaganja globalizacija i turizam", Simpozij Globalizacija i turizam - pozicija i perspektive Hrvatske i Splita, Turizam, Vol. 48, br. 2/ 2000., UDK 338.48, ISSN 0494-2639, rad sa skupa, UDK 316.42:/330.322:338.48(497.5), str. 143-152, (rad na hrvatskom jeziku, 24 referenci), u koautorstvu s Petrić, L.
40. "Globalizacija putem stranih TNC: Može li EPRG shema pomoći pri odabiru stranog ulagača?", Tržište, Vol. XII, br. 1/2, 2000., ISSN 0353-4790, UDK 339.138:658.8, str. 27-35, Izvorni znanstveni članak, (rad na hrvatskom, sažetak na engleskom jeziku, 17 referenci).

D) POGLAVLJA U KNJIGAMA

41. "The Need for Marketing Research", u knjizi "English Texts for Students of Economics", Fourth Edition, Faculty of Economics, Split, 1993, Text XI, str. 9-13.

E) ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ZBORNIKU RADOVA DOMAĆEG ZNANSTVENOG SKUPA

42. "Utjecaj okruţja na interese i ulaz stranih firmi i kapitala u Hrvatsku," Zbornik radova znanstvenog skupa "Susreti na dragom kamenu", 1994., Knjiga XIX, Pula, 1994., ISSN 0351-3408, ISBN 953-96143-0-9, UDK 330 (497.5-3 Istra) (497.5) (063), DC=330.2 (100):334.726+338.1 (497.5), Prethodno priopćenje, str. 289-305., (rad na hrvatskom, saţetak na engleskom, 10 referenci).
43. "Pogledi na velika hrvatska poduzeća sa stajališta međunarodnog marketinga: teorijski pristup, u knjizi: "Redizajniranje velikih hrvatskih poduzeća u funkciji gospodarskog razvoja", Urednik, Buble, M., Ekonomski fakultet, Split, 1998., ISBN 953-6024-23-3, str. 207-230.

F) ZNANSTVENE STUDIJE

44. "Trgovina", u Znanstvene osnove dugoročnog razvoja SR Hrvatske do 2000 godine, Dugoročni društveno - ekonomski razvoj Zajednice općina Split za razdoblje od 1980. do 1995./2000. godine, Republička zajednica za znanstveni rad SRH, Republički zavod za društveno planiranje SRH, Zagreb, 1984., autor separata, str. 123-126.
45. "Teorijske osnove ekonomskog položaja trgovine", u Strategija razvoja jugoslavenske trgovine, Ekonomski fakultet u Beogradu, Naučno istraţivački centar (NICEF), Beograd, 1989., autor separata, str. 61-65.

G) STRUČNE STUDIJE

46. "Analiza razvoja trgovinske mreţe na malo Dalmacije s posebnim osvrtom na prostorni razmještaj", (autor) - rad izrađen za potrebe istraţivačkog projekta "Mjesto i uloga Dalmacije u dugoročnom privrednom i društvenom razvoju SR Hrvatske", Ekonomski fakultet, Split, 1985.
47. "Ekonomski položaj unutrašnje trgovine Dalmacije u razdoblju od 1977. do 1984. godine", (autor) - rad izrađen za potrebe istraţivačkog projekta "Mjesto i uloga Dalmacije u dugoročnom privrednom i društvenom razvoju SR Hrvatske", Ekonomski fakultet, Split, 1986.
48. "Mjesto i uloga unutrašnje trgovine u društveno – ekonomskom razvitku obalskih područja", (autor) - rad izrađen za potrebe projekta "Društveno - ekonomski sistem i razvoj - Strategija stabilnog razvoja obalskih područja", Ekonomski fakultet, Split, 1987.
49. "Perspektive i projekcija razvoja trgovine općine Korčula", (autor) - rad izrađen za potrebe istraţivačkog projekta "Udruţivanje turističke privrede općine Korčula", Ekonomski fakultet Split, Zavod za ekonomska istraţivanja, Split, 1988.
50. "Razvoj trgovinske mreţe obalskih područja," (autor) - rad izrađen za potrebe istraţivačkog projekta "Društveno - ekonomski sistem i razvoj - Strategija stabilnog razvoja obalskih područja", Ekonomski fakultet Split, Split, 1988.
51. Projekt "Kaštelanski zaljev", projektni zadatak "Dugoročno poslovno usmjeravanje SOUR-a Jugoplastika". Autor istraţivačkog zadatka "Snimka stanja u domeni nabavne funkcije u SOUR-u Jugoplastika", Ekonomski fakultet Split, ITEO Ljubljana, Split, 1988.
52. "Planiranje sistema maloprodaje obalskih područja – Primjena globalnog modela", (autor) - rad izrađen za potrebe projekta "Društveno - ekonomski sistem i razvoj - Strategija stabilnog razvoja obalskih područja", Ekonomski fakultet, Split, 1989.

53. "Globalna projekcija dugoročnog rasta i strukturnih promjena privrede Dalmacije" (suautor parcijalne studije) - rad izrađen za potrebe studije Razvojne koncepcije Dalmacije i odnos prema koncepciji razvoja Hrvatske i Jugoslavije, u okviru projekta "Znanstvene osnove dugoročnog društveno-ekonomskog razvoja SR Hrvatske", Ekonomski fakultet Split, Zavod za ekonomska istraživanja, Split, 1990.