

Prof. dr .sc. Tihomir Vranešević
Ekonomski fakultet – Zagreb

Gradišće 9a, 10000 Zagreb
tvranes@gmail
00385 98 338484

ŽIVOTOPIS

Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević, rođen je u Sisku 15. 06. 1960. godine. Gimnaziju i osnovnu školu završio je u Sisku. Diplomirao je 1984. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. U razdoblju od 1984. do 1987. radio je u Željezari Sisak u Sisku na poslovima projektanta informacijskih sustava, a potom do 1995. u Cemi – Centru za istraživanje tržišta u Zagrebu kao istraživač tržišta i viši savjetnik na istraživačkim projektima. Na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu zaposlen je od rujna 1995. godine.

Poslijediplomski studij "Teorija i politika marketinga" je upisao 1991., a završio 1993. godine obranom magistarskog rada pod nazivom "Informacijski sustavi kao podrška marketinškom upravljanju". Doktorirao je 3. veljače 1998. godine, na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, obranivši doktorsku disertaciju pod nazivom "Praćenje zadovoljstva klijenata kao temeljna odrednica upravljanja marketingom".

Odlukom Fakultetskog vijeća Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 28. lipnja 1994. izabran je u znanstvenoistraživačko zvanje znanstveni asistent iz društvenih djelatnosti, područje Ekonomije, uže područje Marketing. U zvanje docenta izabran je 1998. godine za predmete Istraživanje tržišta i Vještina prodavanja i pregovaranja. U zvanje izvanrednog profesora izabran je 2001. godine za predmete Istraživanje tržišta i Marketing. U zvanje redovitog profesora izabran je 2005. godine.

Dr. sc. Tihomir Vranešević je dobio i koristio stipendiju za znanstveno i stručno usavršavanje u inozemstvu u okviru projekata bilateralne suradnje američkih i hrvatskih sveučilišta; vlada SAD-a stipendirala mu je studentski boravak u razdoblju 01.-30. listopada 1996., na University of Kentucky, Lexington, na Carol Marton Gatton College of Business and Economics. Iste je godine sudjelovao na Faculty Development Seminaru u Opatiji, kojega je organizirao isto sveučilište (Carol Marton Gatton College of Business and Economics University of Kentucky). Aktivno je sudjelovao na 4th Supervisors Workshop u okviru programa EDAMBA od 03.-05. svibnja 2001., na Ekonomskom fakultetu u Zagreb. Kao predstavnik fakulteta aktivno je sudjelovao na godišnjoj konferenciji European Doctorial Programmes Association in Management and Business Administration (EDAMBA) u rujnu 2003. godine u Budimpešti, Mađarska, te EDAMBA godišnjoj konferenciji "Global Challenges in Doctoral Education" u rujnu 2004. godine u Dublinu, Irska.

U srpnju 2001. godine, kao gost predavač boravio je Manchester Metropolitan University te održao predavanja iz područja istraživanja tržišta i upravljanja markom. Bio je gost predavač na Fachhochschule Voralberg, Austrija. Za razdoblje od 3 godine (od 23.06.2004. do 22.06.2007. godine) izabran je za gosta predavača (Visiting Fellowship) na Leeds Metropolitan University – Leslie Silver International Faculty, Leeds, UK. Od 01.10.2009. godine gostujući je profesor (Visiting Professor) na Business School at University of Gloucestershire, Cheltenham, UK.

U okviru trajne suradnje sa znanstvenim i stručnim časopisima dr. Tihomir Vranešević je bio ili je aktivan član uređivačkih odbora u časopisima, i to:

- Tržište, časopis za tržišnu teoriju praksu, znanstveni polugodišnji časopis, urednik, područje - članci, Cromar, Zagreb
- British Food Journal, znanstveni časopis, Editorial Advisory Press, član uređivačkog savjeta, MCB University Press, Engleska
- International Journal of Management Cases, znanstveni časopis, Editorial Advisory Press, član uređivačkog savjeta, Pallas Press - University of Gloucestershire, Engleska
- EuroMed Journal of Business, znanstveni časopis, Editorial Advisory Press, član uređivačkog savjeta, časopis u osnivanju - početak izlazenja proljeće 2005. g., Cipar

Član je strukovnih udruženja:

- CROMAR-a - Hrvatskog društva za marketing, čiji je ujedno i jedan od osnivača.

- ESOMAR-a (European Society for Opinion and Marketing Research – The world Association of Research Professionals).
- IAA-e (International Advertising Association).
- EDAMBA-e (European Doctorial Programmes Association in Management and Business Administration).
- HUPUP-a (Hrvatska udruga profesionalaca u prodaji).

Tihomir Vranešević je predsjednik i osnivač (2007. godine) Hrvatskog društva za izravni i interaktivni marketing (CRODMA) koje je članica Federation of European Direct and Interactive Marketing (FEDMA). Tihomir Vranešević je predsjednik i osnivač (2012. godine) M-Sphere Udruga za promicanje multidisciplinarnosti u znanosti i poslovanju.

Jedan je od osnivača (2004.), podpredsjednik (2007.) i predsjednik (2010) Centre for International Research in Consumers, Location and their Environments (CIRCLE – istraživački institut "umreženih" poslovnih škola). Organizirao je 8th CIRCLE konferenciju u Dubrovniku (2010.).

Dr. sc. Tihomir Vranešević bio je član organizacijskog odbora 17. kongresa CROMAR-a Hrvatske, («Marketing države – marketing hrvatske države: Konceptija, strategija, implementacija», Pula, studeni 2001. godine). Bio je član uređivačkog i programskog odbora znanstvenog simpozija «Razvojna strategija i marketing grada i županije», Sisak, travanj 2002. godine. Također, bio je član organizacijskog odbora međunarodne znanstvene konferencije «An Enterprise Odyssey», koja se bienalno (2002., 2004., 2006. godine) održava na Ekonomskom fakultetu – Zagreb. Uz navedeno, do sada je više puta bio članom recenzentskih odbora međunarodnih znanstvenih konferencija.

Za svoj je rad u tri navrata dobio nagradu "Mijo Mirković", i to: za sveučilišni udžbenik "Upravljanje zadovoljstvom klijenata", 2001. godine; za knjigu "Marketing" (ured. Previšić, J. – Bratko, S., zajedno s grupom autora – 2001. godine) te za knjigu "Customer Satisfaction: Research and Management" (zajedno sa suautorom Vignali, C.), 2003. godine.

Predaje i sudjeluje u nastavi na dodiplomskom studiju na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, u okviru kolegija: Marketing i Istraživanje tržišta (nositelj kolegija). Dr. sc. Tihomir Vranešević bio je nositelj kolegija Informatički marketing na dodiplomskom studiju na Fakultetu Organizacija i informatika u Varaždinu.

Uz sudjelovanje u dodiplomskoj nastavi predaje i sudjeluje ili je predavao i sudjelovao u nastavi na poslijediplomskim studijima, i to na:

- Znanstvenom Poslijediplomskom studiju Poslovno upravljanje – MBA, nositelj kolegija Istraživanje tržišta, Marketinško upravljanje i Brand Management (izborni kolegij). Ujedno je suvoditelj toga studija (od 2002. godine).
- Znanstvenom Poslijediplomskom studiju Marketing, bio je nositelj kolegija Tržišna istraživanja i Odlučivanje u marketingu.
- Znanstvenom Poslijediplomskom studiju Trgovina, bio je nositelj kolegija Istraživanje tržišta.
- Stručnom Poslijediplomskom studiju Upravljanje kvalitetom, bio je nositelj kolegija Upravljanje zadovoljstvom klijenata.
- Stručnom Poslijediplomskom studiju Upravljanje poslovnim marketingom, bio je nositelj kolegija Istraživanje tržišta i marketing informacijski sustavi.
- Znanstvenom Poslijediplomskom studiju Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Osijeku, bio je nositelj kolegija Marketing-informacijski sustavi.
- Stručnom Poslijediplomskom studiju Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, bio je nositelj kolegija Istraživanje tržišta.
- Stručnom Poslijediplomskom studiju Marketing posebnih područja, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Osijeku, nositelj kolegija Istraživanje tržišta i Upravljanje markama (Brand Management).
- Stručnom Poslijediplomskom studiju International Management, Fachhochschule Voralberg, Austrija, bio je sunositelj kolegija International Strategies i Research of Consumer Behaviour.

Kao znanstveni istraživač sudjelovao je i sudjeluje na dugoročnim znanstvenim projektima financiranim od Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa Republike Hrvatske, i to: Makrostrateški marketing u poljoprivredno-prehrambenom sustavu Republike Hrvatske; Ugradnja marketinga u gospodarski sustav Republike Hrvatske; Strukturne promjene obrazovnog kadra u Republici Hrvatskoj; Pozicioniranje hrvatskih financijskih institucija u susretu s globalnim izazovima.

Suraduje u istraživačkim timovima i projektima, aktivno sudjeluje na domaćim i inozemnim konferencijama i kongresima, objavljuje znanstvene i stručne radove, objavljuje i literaturu iz područja marketinga te sudjeluje u programima edukacije menagera u hrvatskim tvrtkama. Veći broj radova recenzirao je za potrebe domaćih i međunarodnih znanstvenih konferencija i skupova te časopisa. Savjetnik je u agenciji za istraživanje tržišta Accent d.o.o.. Oženjen je i ima četvero djece. Govori i piše engleski jezik.

Bio je mentorom za izradu većeg broja (preko 20) znanstvenih magistarskih radova, specijalističkih magistarskih radova i specijalističkih poslijediplomskih radova. Isto tako, pod njegovim mentorstvom izrađene su i uspješno obranjene 3 doktorske disertacije.

Objavio je u koautorstvu ili samostalno veći broj udžbenika i znanstvenih knjiga i nastavnih tekstova.

a) udžbenici i znanstvene knjige:

1. Vranešević, T. - Dvorski, S. - Dobrinić, D. - Staničić, S.: Inovativni marketing, TIVA – Tiskara Varaždin, Varaždin, 2008. (ISBN 978-953-7304-34-8)
2. Vignali, C. - Vranešević, T. - Vrontis, D.: Strategic Marketing and Retailing Thought, Accent, Zagreb, 2008., ISBN 953-99762-5-4.
3. Vranešević T.: Upravljanje markama, Accent, Zagreb, 2007. (ISBN 978-953-99762-4-6)
4. Vranešević, T. - Vignali, C. - Vrontis, D. (urednici): Marketing and Retailing Strategy, Accent, Zagreb, 2006., ISBN 953-99762-3-5.
5. Vranešević, T. - Vignali, C. - Vrontis, D.: Upravljanje strateškim marketingom, Accent, Zagreb, 2004., ISBN 953-99762-0-0.
6. Vranešević, T. - Vignali, C.: Customer Satisfaction: Research and Management, Foxwel&Davies Scinetific Press, UK, 2003., ISBN 88-8448-009-4.
7. Vignali, C. - Vrontis, D. – Vranešević, T.: "Marketing planning, strategy & analisys", Foxwel&Davies Scinetific Press, UK, 2003., ISBN 88-8448-007-8.
8. Marušić, M. – Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, sveučilišni udžbenik, V. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, Adeco, 2001. ISBN 953-97228-3-7 UDK 339.138(075.8).
9. Vranešević, T.: Upravljanje zadovoljstvom klijenata, sveučilišni udžbenik, Golden marketing, Zagreb, 2000., ISBN 953-212-018-1.
10. Marušić, M. – Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, sveučilišni udžbenik, IV. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, Adeco, 1997., ISBN 953-97228-0-2 UDK 339.138(075.8).

b) poglavlja u udžbenicima i knjigama:

1. Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, poglavlje 13, u: Rocco, F., Marketinško upravljanje, sveučilišni udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, Školska knjiga/CEMA, Zagreb, 1994., str. 75.-96., ISBN 953-0-30317-3.
2. Vranešević, T.: Informacijska podrška marketiškom upravljanju, poglavlje 14, u: Rocco, F., Marketinško upravljanje, sveučilišni udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, Školska knjiga/CEMA, Zagreb, 1994., str. 97.-108., ISBN 953-0-30317-3.
3. Vranešević, T.: Segmentacija, pozicioniranje i predviđanje, u: Marketing, sveučilišni udžbenik, skupina autora, urednici: Previšić, J., Bratko, S., Sinergija, Zagreb, 2001., poglavlje 8., str. 189-216., 2001. ISBN 953-6895-07-02.
4. Vranešević, T.: Istraživanje tržišta i informacijski sustavi, u: Marketing, sveučilišni udžbenik, skupina autora, urednici: Previšić, J., Bratko, S., Sinergija, Zagreb, 2001., poglavlje 7., str. 161-186., 2001. ISBN 953-6895-07-02..
5. Vranešević, T.: Sustavi informacijske podrške marketinškom upravljanju, poglavlje u: Poslovni (business-to-business) marketing, urednik Rocco, F., Školska knjiga, Zagreb, 1998. ISBN 953-0-30319-X.

6. Vranešević, T.: Tržište i marketing u poduzeću, u: Ekonomika poduzeća – uvod u poslovnu ekonomiju, urednik: Dvorski, S., autori: Ruža, F. - Veselica, V. - Cingula, M. – Dvorski, S. - Vranešević, T., TIVA – Tiskara, Varaždin, 2002., udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, poglavlje 9., str. 238.-322., ISBN 953-6775-45-X.
7. Vranešević, T. - Mandić, M.: Segmentacija, pozicioniranje i predviđanje, u: Marketing, sveučilišni udžbenik, skupina autora, urednik: Previšić, J., Adverta, Zagreb, 2004., poglavlje 6., str. 131.-162., ISBN 953-99712-0-9.
8. Vranešević, T. - Mandić, M.: Istraživanje tržišta i informacijski sustavi, u: Marketing, sveučilišni udžbenik, skupina autora, urednik: Previšić, J., Adverta, Zagreb, 2004., poglavlje 4., str. 79.-105. ISBN 953-99712-0-9.

(Napomena: navode se samo najznačajniji radovi a detaljan popis svih radova je u nastavku).