

OSOBNJE INFORMACIJE

**Goran Vlašić**

 Trg J. F. Kennedyja 6, 10 000 Zagreb, Hrvatska

 00 385 01 238 3333

 gvlastic@efzg.hr

 www.efzg.unizg.hr/gvlastic

TRENUTNO ZVANJE I
RADNO MJESTO

Izvanredni profesor
Katedra za marketing
Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

RADNO ISKUSTVO

-
- 2018 - **Izvanredni profesor, Katedra za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Trg J.F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
- 2013 - 2018 **Docent, Katedra za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Trg J.F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
- 2010 - 2013 **Viši asistent, Katedra za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Trg J.F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
- 2003 - 2010 **Asistent, Katedra za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Trg J.F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska

OBRAZOVANJE

-
- 2006 – 2011 **Doktor znanosti, doktorski studij poslovne ekonomije i menadžmenta**
Sveučilište Bocconi
- 2006 - 2009 **Doktor znanosti, doktorski studij društvenih i ekonomskih znanosti**
Alpen-Adria Universitat Klagenfurt
- 2004 - 2005 **Magistar znanosti, Marketing**
Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
- 2000 - 2005 **Diplomirani ekonomist, Poslovna ekonomija**
Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik Hrvatski
Ostali jezici Engleski

Organizacijske /
rukovoditeljske vještine

- Voditelj Tima za razvoj i inovacije Ekonomskog fakulteta u Zagrebu
- Voditelj ustrojbene jedinice za Inovacije u obrazovanju u sklopu Znanstvenog centra izvrsnosti
- Predsjednik Vijeća Instituta za inovacije

ODABRANA BIBLIOGRAFIJA

- **Vlašić, G.**, Hair, J., Krupka, Z. (2017.): Star Marketer's Impact on the Market Strategy Choice, *Journal of Contemporary Management Issues*, Vol. 22, No. 2, str. 1-13.
- **Vlašić, G.**, Tutek, E. (2017.): Drivers of Customer Centricity: Role of Environmental-level, Organization-level and Department-level Variables, *Zagreb International Review of Economics and Business*, Vol. 30, No. 2, str. 1-10.
- **Vlašić, G.**, Langer, J. (2012.): Concept of Reputation: Different Perspectives and Robust Empirical Understandings, *Tržište*, Vol. 24, No. 2, str. 219-244.
- **Vlašić, G.** (2012.): Market driving strategies, *Economia & Management*, No. 4, str. 2-7.
- **Vlašić, G.**, Janković, M., Kramo Čaluk, A. (2011.): Information hunt: The impact of product type and time pressure on choice of information source for purchase decisions, *Management*, Vol. 16, No. 2, str. 87-103.
- **Vlašić, G.**, Kesić, T. (2007.): Consumers' attitudes toward interactive marketing communication and relationship personalization – contemporary developments in marketing communications, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 11, No. 2, str. 9-27.
- Drašković, N., Pavičić, J., **Vlašić, G.** (2007.): Strategic Communication Related to Environmental and Packaging Challenges: Case of Beverage and Dairy Industry in Croatia, *International Journal of Management Cases*, Vol. 9, No. 3-4, str. 188-195.
- **Vlašić, G.** (2006.): The Power of Information and Communication Control in ICT Environment—What Information Collection/Use Practices Should Companies Implement to Gain Consumers' Confidence?, *Management*, Vol. 11, No. 2, str. 9-27.
- Pavičić, J., Alfirević, N., **Vlašić, G.** (2004.): The Pursuit of Strategic Leadership in the Central and Eastern Europe Oil Market; The Case of INA (Croatia) and MOL (Hungary) Partnership, *International Journal of Management Cases*, Vol. 7, No. 2, str. 5-14.
- Tutek, E., Tutek, N., **Vlašić, G.** (2017): Customer Lifetime Value: Customers as Resource. 8th Annual Global Business Conference, September 27-30, 2017. Dubrovnik, 345-354.
- **Vlašić, G.**, Langer, J., Krupka, Z. (2013). Mediating Mechanism of Charisma, Trust and Reputation in Driving Capital Endowment into Value Premium. 4th EMAC CEE Regional Conference, September 26-27, 2013. Sankt-Peterburg (Rusija), 424-431.
- Alfirević, N., Pavičić, J., **Vlašić, G.** (2012.): Future insight as a strategic capability in the regional an european risk society – u: Langer, J., Vlašić, G., Krce-Miočić, B. (ur.): *EU Local Imprints - The case of South Central Europe*, Peter Lang, Frankfurt
- **Vlašić, G.** (2005.): Interaktivna marketinška komunikacija – pregled literature, *Tržište*, Vol. 17, No. 1/2, str. 25-40.

NAGRADE I PRIZNANJA

- **European Marketing Academy i McKinsey & Co.**
Druga nagrada za najbolji doktorat
- **Hrvatski Sabor**
Državna nagrada za znanost
- **Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu**
Nagrada Dr. Mijo Mirković

GOSTUJUĆI PROFESOR
I IZLAGANJA

- **Ekonomski fakultet Sveučilišta u Ljubljani**
Visiting Scholar (2012 -)
- **Ekonomski fakultet Sveučilišta u Sarajevu**
Gostujuća predavanja (2016 -)
- **University of Sussex**
Član Katedre za marketing (2010 – 2013)
- **Georgia Institute of Technology**
Visiting Scholar (2009-2010; 2014)
- **Predavanja i izlaganja na stručnim simpozijima i konferencijama**
TEDx Estonija, WMF, IdejaX, LEAP Summit, HR Summit, NEM, IBM, i dr.