

Program rada 3. Međunarodne znanstveno-stručne konferencije, Varaždin, Hrvatska
12. listopada 2018.

Mjesto održavanja: Varaždin, Hotel Turist, Aleja kralja Zvonimira 1, Hrvatska

PROGRAM

Petak 12. listopada 2018.

09,00 - 10,00 Prijava sudionika konferencije

10,00 - 12,00 Otvaranje konferencije

Pozdravni govori:

Predsjednik Hrvatske udruge za direktni i interaktivni marketing

Dekan Fakulteta organizacije i informatike u Varaždinu

Gosti predavači:

Igor Tomičić (*FOI – Laboratorij za umjetnu inteligenciju*): UMJETNA INTELIGENCIJA: POPULARNE ZABLUDE

Vedran Petranović (*Direct media*): KADA DATI PRILIKU UMJETNOJ INTELIGENCIJI U DIGITALNOM MARKETINGU?

Bogdan Okreša Đurić (*FOI – Laboratorij za umjetnu inteligenciju*): UMJETNA INTELIGENCIJA U MARKETINGU: JE LI BUDUĆNOST SADA?

12,00 - 12,30 Pauza za kavu

12,30 - 14,15 Prezentacije radova – paralelne sesije

14,15 - 15,30 Ručak

15,30 – 16,00 Zatvaranje konferencije

Contents/Raspored prezentiranja

Thursday 12th October 2017

12,30 – 14,15

Session 1/ Sekcija 1

Room 1

IMPLEMENTACIJA OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA PRI EU: PRELIMINARNA ANALIZA AKTUALNIH ISTRAŽIVAČKIH NAPORA I IZAZOVA

Antun Biloš, Davorin Turkalj, Ivan Kelić

UTJECAJ ETIČKIH PITANJA NA PRIMJENU IZRAVNOG I INTERAKTIVNOG MARKETINGA

Davor Širola, Ana-Marija Rendulić

UTJECAJ RAZVOJA SUSTAVA MS SQL SERVER NA STABILNOST POSLOVNIH APLIKACIJA I BAZA PODATAKA

Stjepan Vidačić, Mario Špicar

MODEL I EFEKTI SLANJA VELEPRODAJNIH RAČUNA EMAILOM

Stjepan Vidačić

MODEL I EFEKTI ONLINE WEB IZVJEŠTAJNOG SUSTAVA KNJIGOVODSTVENOG SERVISA

Stjepan Vidačić

IDENTIFIKACIJA KUPACA I KREIRANJE MARKETINŠKE STRATEGIJE ZA NOVI PROIZVOD ILI USLUGU

Martina Kušer, Martina Tomičić Furjan, Larisa Hrustek

GRUPNO FINANCIRANJE PROJEKATA ZELENE ENERGIJE

Josip Beber, Melani Furlan, Robert Pašičko, Hajdana Rukavina

IMPLEMENTACIJA VELIKIH VRSTA PODATAKA U CRM

Pero Batinić, Damir Dobrinić

UTJECAJ OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA NA MARKETINŠKE AKTIVNOSTI BANAKA

Ivana Dvorski Lacković, Vladimir Kovšca, Zrinka Lacković Vincek

PRIMJENA UDRUŽENOG MARKETINGA KAO STRETEGIJE INTERNET MARKETINGA
U REPUBLICI HRVATSKOJ

Lucija Pejnović, Iva Gregurec

GENETIC ALGORITHM AND OPTIMIZATION OF THE SALES ASSORTMENT
STRUCTURE

Brano Markić

PALEONTOLOGICAL TOURISM AS A NEW MARKETING APPROACH IN BULGARIA

Krasimira Staneva

DIGITALNA TRANSFORMACIJA MARKETINGA U MALIM I SREDNJIM PODUZEĆIMA
– PREGLED POSTOJEĆIH ISTRAŽIVANJA

Igor Pihir, Snježana Križanić, Ana Kutnjak

ODREDNICE PERCEPCIJE KUPACA U KONTEKSTU DIGITALNE TRANSFORMACIJE

Katarina Tomičić Pupek

MARKETINŠKO USMJERAVANJE PREHRAMBENE INDUSTRIJE PREMA
POTROŠAČIMA DIGITALNOG DOBA-GENERACIJI MILENIJALACA

Silvija Podoreški, Damir Dobrinić

PRIMJENA NOVIH TEHNOLOGIJA U MARKETINGU S OSVRTOM NA MARKETING
STVARI

Petra Šestak, Damir Dobrinić

UTJECAJ HI-TECH TEHNOLOGIJE NA PONAŠANJE POTROŠAČA U ODABRANOJ
TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Alen Dedić, Dijana Vuković

FINANCIJSKA ANALIZA PODUZEĆA REGISTRIRANIH ZA PROMIDŽBU I
ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Vladimir Kovšca, Suzana Keglević Kozjak, Tanja Šestanj Perić

ANALIZA FINANCIJSKIH POKAZATELJA ODABRANIH PODUZEĆA ZA PROMIDŽBU

Suzana Keglević Kozjak, Danijela Barušić