

## 9. Međunarodna znanstvena konferencija CRODMA 2024.

Varaždin, Hrvatska, 24.-25. listopad 2024.

Mjesto događanja: Fakultet organizacije i informatike, Pavlinska 2, Varaždin

### 24. 10. 2024. Četvrtak

#### Sekcija 1 – Iva Gregurec

A NEW FORCE IN THE DIGITAL ECONOMY: DIGITAL TWINS APPLICATIONS AND CHALLENGES

**Marija Kuštelega, Renata Mekovec, Ahmed Shareef**

PROFITABILITY OF ADVERTISING AND MARKET RESEARCH INDUSTRY - SAME OLD SAME OLD, OR NOT?

**Josipa Višić**

COMPARISON OF AI AND HUMAN AGENT INTERACTION IN PURCHASING DECISION-MAKING PROCESS – PERCEPTION OF CROATIAN CUSTOMERS

**Magdalena Kuštelega, Larisa Hrustek, Iva Gregurec**

BRAND LINGUISTICS AND MARKETING IN THE WORLD OF SOCIAL MEDIA

**Branimir Kurmaić, Borislav Marušić**

THE INFLUENCE OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON CONSUMER BEHAVIOR

**Sanja Bijakšić, Ornela Leko, Boris Martinović**

OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U AGROTURIZMU – STANJE I PERSPEKTIVE

**Sandra Mrvica Mađarac, Slađana Brajević, Zvonimir Filipović**

#### Sekcija 2 – Mirko Palić

ISTRAŽIVANJE UTJECAJA STAVOVA I SKEPTICIZMA NA NAMJERU KUPOVINE ZELENIH PROIZVODA U KASNIH ADOLESCENATA U GRADU ZAGREBU

**Mirko Palić, Petra Sabljic, Barbara Kovač**

UVID U ODABRANE ELEMENTE KUPOVNOG PONAŠANJA I ZADOVOLJSTVA KUPACA U SUSTAVU IZRAVNE PRODAJE KOZMETIKE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU

**Ankica Mikac Škrinjarić, Marija Tomašević Lišanin, Luka Lišanin**

UTJECAJ RAZINE MOTIVACIJE NA RADNI UČINAK ZAPOSLENIKA U HOTELSKOJ  
INDUSTRIJI SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

**Željko Mateljak, Tea Barbir**

ISTRAŽIVANJE KOMPLEMENTARNOSTI MARKETINGA SADRŽAJA I  
STORYTELLINGA – VIŠEDIMENZIONALNI KONCEPTUALNI MODEL

**Monika Hordov, Aleksandra Krajnović, Vlatka Krešić**

DIGITALNA TRANSFORMACIJA U OBITELJSKIM TVRTKAMA: IZAZOVI I PRILIKE

**Vlatka Škokić**

MODNO RAZOTKRIVANJE: PRIMJENA SUPR-Q MODELA ZA RAZUMIJEVANJE  
KORISNIČKOG ISKUSTVA NA MREŽNIM SJEDIŠTIMA MODNIH MARKI U EU

**Antun Biloš, Bruno Budimir, Anja Vilc**

### **Sekcija 3 – Mladen Turuk**

DO DIGITAL SKILLS MATTER FOR YOUTH PERSONAL AND PROFESSIONAL  
DEVELOPMENT: INSIGHTS FROM CROATIA

**Mladen Turuk, Ivan Turčić, Antea Nikolac**

EMOTIONS DURING SOCIAL MEDIA USAGE ACROSS TRAVEL STAGES:  
DREAMING, EXPERIENCING, AND SHARING

**Ana Čuić Tanković**

ODREDNICE ZADOVOLJSTVA I SUKREIRANJA VRIJEDNOSTI PUTEM PLATFORMI  
EKONOMIJE DIJELJENJA: ISTRAŽIVANJE STAVOVA GENERACIJE Z

**Marina Perišić Prodan**

KUPOVNE ODLUKE U DIGITALNOM OKRUŽENJU: UTJEČU LI PROMOTIVNE  
AKTIVNOSTI I UNAPREĐENJE PRODAJE NA IMPULZIVNOST POTROŠAČA?

**Marina Guzovski**

PRIMJENA UMJETNE INTELIGENCIJE U OBRAZOVANJU: STAVOVI MLADIH

**Jadranka Ivanković**

MARKETINŠKI PRISTUP I DIGITALNA TRANSFORMACIJA LOKALNE  
SAMOUPRAVE U SUZBIJANJU BESPRAVNE GRADNJE

**Marko Paliaga, Irena Šker, Saša Škrinjar**

**25. 10. 2024. Petak**

**Sekcija 1 – Violeta Vidaček Hainš**

MISSION AND VISION STATEMENTS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: A CONTENT ANALYSIS

**Lorena Pikl, Nikolina Dreven**

UTJECAJ ESG-A NA UPRAVLJANJE KRIZAMA

**Davor Labaš, Mihovil Anđelinović, Katarina Sičaja**

MOTIVACIJA MLADIH U PODUZETNIŠTVU

**Mladen Rajko, Ivica Zdrilić**

GENERATIVNA UMJETNA INTELIGENCIJA U MARKETINGU: RAZVOJ WEB APLIKACIJE ZA GENERIRANJE SADRŽAJA

**Dunja Višnjić, Dijana Oreški**

PRIMJENA METODE ANALITIČKI MREŽNI PROCES ANP-BOCR U DONOŠENJU STRATEŠKIH ODLUKA

**Ela Ivanek, Nina Begičević Ređep, Nikola Kadoić**

UČESTALOST KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA I PRISTUPAČNOST ONLINE KUPOVINE

**Violeta Vidaček Hainš, Maja Vučković**

**Sekcija 2 – Ana Kutnjak**

ULOGA VELIKIH PODATAKA PRI DIGITALNOJ TRANSFORMACIJI USMJERENOJ NA KORISNIKA

**Ana Kutnjak**

PRELIMINARNO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA IZVANMEDIJSKOG I GERILA MARKETINGA NA POSTKUPOVNE AKTIVNOSTI I ODABIRE GENERACIJE Z

**Darija Ivanković, Jelena Stjepanović, Blaženko Tomić**

THE IMPACT OF UEFA CHAMPION LEAGUE ON BRAND AWARENESS AND FAN ENGAGEMENT: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

**Željka Marčinko Trkulja, Dinko Primorac, Irena Bilić**

VAŽNOST KOMUNIKACIJE ZA PROMOCIJU ZDRAVSTVENIH PREVENTIVNIH PROGRAMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

**Željka Fruk, Marko Antić, Ivana Perkušić**

MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA PRIVATNIH ZDRAVSTVENIH USTANOVA NA

DIGITALNIM PLATFORMAMA: STUDIJA S HRVATSKOG TRŽIŠTA

**Diana Plantić Tadić, Marija Šavorić, Maja Dawidowsky Mamić**

THE ROLE OF THE PRINCIPAL IN THE EDUCATIONAL SYSTEM: ANALYSIS OF PUBLIC RELATIONS AND SCHOOL MANAGEMENT

**Ivana Mašić, Petra Ercegovac, Ivana Perkušić**

### **Sekcija 3 – Dijana Vuković**

COMPARISON OF ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF CHATBOTS IN MARKETING COMMUNICATION - USING THE METHOD OF SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

**Maja Križanec Cvitković, Ana Globočnik Žunac, Ivana Martinčević**

UMJETNA INTELIGENCIJA U OGLAŠAVANJU NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

**Laura Visković, Ana Globočnik Žunac, Antea Boko**

UTJECAJ IZRAVNE MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE NA POTROŠAČE GENERACIJE Z PRI KUPNJI PROIZVODA ZA KUĆNE LJUBIMCE

**Samanta Kocijan, Dijana Vuković, Boris Jurič**

ANALIZA TRŽIŠTA USLUGA SOCIJALNE SKRBI SA SMJEŠTAJEM ZA STARIJE OSOBE I OSOBE S INVALIDITETOM U REPUBLICI HRVATSKOJ

**Dina Korent, Klara Šilec, Marijana Bubanić**

EDUCATIONAL PROGRAMMES FOR TRAININGS IN THE AREA OF EU FUNDS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

**Matija Kikelj, Dajana Maria Horvat, Petar Mišević**

MAXIMIZING PRODUCT PROMOTION THROUGH STRATEGIC COMMUNICATION: THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS

**Marina Gregorić, Danijela Magdalenić, Miljana Simić**



Fakultet ekonomije i turizma  
"Dr. Mijo Mirković"