

9. Međunarodna znanstvena konferencija CRODMA 2024.

Varaždin, Hrvatska, 24.-25. listopada 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 Vilk

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



Fakultet ekonomije i turizma
"Dr. Mijo Mirković"