



11. Međunarodna znanstvena konferencija CRODMA 2026.

Varaždin, Hrvatska, 22.-23. listopada 2026.

Mjesto održavanja: *Fakultet organizacije i informatike, Pavlinska 2, Varaždin*

ČETVRTAK, 22. listopada 2026.

09:00 – 10:00

REGISTRACIJA (*Glavni ulaz Fakulteta organizacije i informatike*)

10:00 – 10:45

SVEČANO OTVORENJE KONFERENCIJE (*Dvorana 10*)

10:45 – 11:45

POZVANA PREDAVANJA

Sonja Perković; Sveučilište u Aarhusu, Odsjek za menadžment, Danska - *“Kako digitalne platforme oblikuju ono što potrošači vide, misle i odabiru”*

Petar Babić; InsiderCX, Client Experience & Platform Adoption – *“Utjecaj umjetne inteligencije na korisničko iskustvo”*

12:00 – 12:30

PAUZA UZ KAVU I KLIPIĆE

12:30 – 14:00

PREZENTACIJE RADOVA PO SEKCIJAMA

SEKCIJA 1 (*Dvorana 3*) – **Jasmina Dlačić**

Vanessa Gudić, Maja Kunštek, Nikolina Tumpak, Martina Tomičić Furjan: *Insights on awareness of sustainable energy consumption*

Larisa Hrustek, Ana Kutnjak, Kristina Maršić: *Awareness of fashion consumption consequences and sustainable clothing practices*

Magdalena Kuštelega, Iva Gregurec, Matea Matić Šošić: *Od nestašice do održivosti: Evolucija koncepta demarketinga*

Matija Šajn: *Can GenAI Support Business Model Innovation in the Context of Digital Transformation? A Multiple-Case Study of Two SMEs*

Suzana Keglević Kozjak, Tanja Šestan – Perić, Ivana Đurđek: *Konceptualni model digitalne transformacije procesa izrade B2B ponuda osiguranja*

Lucia Starčić, Jasmina Dlačić, Kristina Črnjar, Jana Pliško: *Analiza sadržaja društvenih mreža na primjeru vodećih hotelskih poduzeća u Hrvatskoj*

Ante Rončević, Danijela Magdalenić: *Poduzetnički marketing u digitalnom dobu: Teorijski pregled u ilustrativni primjeri iz Poljske i Hrvatske*

SEKCIJA 2 (Dvorana 2) – Katarina Tomičić-Pupek

Antun Biloš: *When knowing AI is not enough: Familiarity, benefits and emotions in explaining AI trust*

Maja Cerjan, Kornelije Rabuzin, Dunja Višnjić: *Trovanje podataka u ETL procesima poslovne inteligencije*

Luka Vidak, Renata Mekovec: *Digital age deception: The role of AI in disinformation detection*

Lorena Longin, Biljana Marković, Jelena Blaži: *Percipirani rizik i digitalna informacijska podrška u online kupnji parfema: Empirijska analiza potrošačkog odlučivanja*

Nikolina Tumpak, Lorena Pikl: *Analiza ravnoteže poslovnog i privatnog života prema obilježjima zaposlenika*

Klara Šilec, Zrinka Lacković Vincek, Vladimir Kovšca: *Online prodaja kao pokazatelj međunarodne tržišne orijentacije hrvatskih proizvodnih malih i srednjih poduzeća*

15:00 – 01:00

IZLET – MEĐIMURJE

Centar za posjetitelje Med dvemi vodami

OPG Hažić - Izletište Vinska Kuća Hažić

Restoran Terbotz

PETAK, 23. listopada 2026.

09:00 – 10:00

REGISTRACIJA (*Glavni ulaz Fakulteta organizacije i informatike*)

10:00 – 11:00

PANEL RASPRAVA (*Vijećnica*) - **"Gledamo li u crnu kutiju digitalne stvarnosti kao guske kroz maglu?"**

Sonja Perković - Sveučilište u Aarhusu, Odsjek za menadžment, Danska

Davorin Turkalj - Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet Osijek

Petar Babić – InsiderCX

Dino Oreški -- Upping.zone i eCommerce Hrvatska

Alen Delić – Hrvatska udruga menadžera sigurnosti

Luka Starčević – Influencer i FOI Alumni

Moderatorica: **Iva Gregurec**

11:00 – 11:30

PAUZA UZ KAVU I ZALOGAJČICE (*Vijećnica*)

11:30 – 13:00

PREZENTACIJE RADOVA PO SEKCIJAMA

SEKCIJA 3 (*Dvorana 2*) – **Kornelije Rabuzin**

Tonći Svilokos, Ante Zdilar, Meri Šuman Tolić:
Finfluenceri i financijske poruke na društvenim mrežama: Eksplorativna analiza sadržaja u hrvatskom digitalnom prostoru

Toni Požega, Nora Balić: *Od inovacije do regulacije: BNPL i direktiva (EU) 2023/2225*

Damir Mihanović, Anita Pamuković, Emilija Friganović: *Digitalni marketing lokalne hrane i ruralnog turizma: Utjecaj autentičnosti, sljedivosti i korisničkog iskustva na namjeru kupnje*

Miloš Milovančević, Petra Karanikić, Barbara Puh:
Market entry and brand positioning strategies in the

	<i>plant-based food sector: A comparative analysis of global leaders and emerging market players</i> Črtomir Raspor Josipovič, Miha Marič: <i>Video Marketing's Decade of Growth and Why AI Makes Human Storytelling More Valuable</i> Tilen Matjašič, Robert Leskovar: <i>Text or voice? A conceptual framework for multimodal AI sales assistance and its effects on purchase decision-making, trust, and user experience in specialized e-commerce</i> Nina Minov, Miha Marič: <i>Employer branding as a strategic marketing tool for talent attraction and employee engagement in the digital environment</i>
13:00 – 13:30	SVEČANO ZATVARANJE KONFERENCIJE (Dvorana 2)
13:30 – 15:00	RUČAK (Vijećnica)



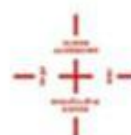
Fakultet ekonomije i turizma
"Dr. Mijo Mirković"



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |



ODJEL ZA EKONOMIJU



Sveučilište
Sjever