

Iva Buljubašić	
akademski stupanj	Doktorica znanosti
zvanje	Docentica
područje, polje, grana izbora u zvanje	Društvene znanosti, ekonomija, marketing
odsjek	Odsjek za kulturu, medije i menadžment
konzultacije	Srijeda / 9,00 – 11,00 sati
kabinet	39 Trg Svetog Trojstva 3, 31 000, Osijek
kontakt	e-mail: buljubasic.unios@gmail.com telefon: 031 224 204
nastavna djelatnost kolegiji tijekom 2019./2020.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Urbani menadžment i kultura 2. Menadžerske vještine 3. E- marketing 4. Strategije oglašavanje 5. Strategije oglašavanje i nekonvencionalni marketing 6. Razvoj publike
obrazovanje	Poslijediplomski doktorski studij „Management“, Ekonomski fakultet u Osijeku
usavršavanje	<ul style="list-style-type: none"> • Katoličko sveučilište Eischstätt – Ingolstadt, Eichstätt, Njemačka • Sveučilište u Šangaju za međunarodno poslovanje i ekonomiju, Šangaj, Kina • Reklamna agencija Imago, Zagreb • Ulm Danube School for Arts Management, Robert Bosch Fondacija i Goethe Institut München • Pedagoško-psihološko-didaktičko-metodička izobrazba, Filozofski fakultet u Osijeku
područje umjetničko/znanstveno/ stručno-istraživačkog interesa	Ekonomija, marketing
popis umjetničkih radova	/
popis znanstvenih radova	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impact of unconventional advertising on performance of Cultural institutions in City of Osijek / Buljubašić, Iva / Ekonomski fakultet u Osijeku / A1/ Zbornik radova XI interdisciplinarnog simpozija: Interdisciplinary Management Research XI/ 2015 / ISSN: 1847-0408 2. The impact of promotion in creative industries – The case of museum attendance / Buljubašić, Iva; Borić, Marta; Hartmann Tolić, Ivana / Ekonomski fakultet u Osijeku / A1/ EKONOMSKI VJESNIK, ECONVIEWS, Review of contemporary business, entrepreneurship and economic issues / 2016 / ISSN: 0353-359x; e-ISSN: 1847-2206 3. Implementation of unconventional marketing in cultural institutions – evidence from Croatia / Buljubašić, Iva; Ham, Marija; Pap, Ana / Alexandru Ioan Cuza University of Iasi / A1 / SCIENTIFIC ANNALS OF ECONOMICS AND BUSINESS / god. XXIX, br. 2, 2016 / ISSN 2501-3165; e-ISSN: 2501-3165

	<p>4. The place of books and libraries in the framework of cultural and creative industries of the new age / Mihaljević, Jasminka; Borić, Marta; Buljubašić, Iva / Ekonomski fakultet u Osijeku / A1 / Zbornik radova V međunarodnoga znanstvenog simpozija: Gospodarstvo istočne Hrvatske / 2016 / ISSN: 1848-9559</p> <p>5. Influence of Advertising space sales on information media content and financial performance of Croatian National TV stations / Bestvina Bukvić, Ivana; Buljubašić, Iva; Lesinger, Gordana / Fakultet masovnih medija u Trnavi / A1 / Zbornik radova međunarodnog znanstvenog skupa - International Scientific Conference Megatrends and Media / 2016 / ISSN: 2453 - 6474</p> <p>6. INFLUENTIAL ASPECTS OF POLITICAL COMMUNICATION WITH EMPHASIS ON LOCAL ELECTIONS 2017 / Biuk, Domagoj; Buljubašić, Iva; Lesinger, Gordana / Ekonomski fakultet u Osijeku / A1 / Interdisciplinary management research / 2019/ ISSN: 1847-0408</p> <p>7. MARKETING KAO ČIMBENIK USPJEŠNOSTI POSLOVANJA U INSTITUCIJAMA KULTURE / Buljubašić, Iva; Kotrla, Diana / Ekonomski fakultet u Osijeku / A1/ 7th International Scientific Symposium GOSPODARSTVO ISTOČNE HRVATSKE - VIZIJA I RAZVOJ / 2018 / ISSN: 1848 - 9559</p> <p>8. The Economic Impacts of the European Capitals of Culture on Regional Development and Tourism / Borić Cvenić, Marta; Buljubašić Iva; Tolušić Marija / Lisabon / A1 / Economic and Social Development, 35 th International Scientific Conference on Economic and Social Development / 2018 / ISSN: 1849 - 7535</p> <p>9. FINANCIAL AND MARKETING PERSPECTIVES OF A CROWDFUNDING / Bestvina Bukvić, Ivana; Buljubasić, Iva / Zagreb / A1 / Economic and Social Development, 26th International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Building Resilient Society" / 2017 / ISSN: 1849 - 7535</p> <p>10. 10. THE BOUNDARY BETWEEN NEWS CONTENT AND NATIVE ADVERTISING - IS IT CLEAR? / Lesinger, Gordana; Buljubašić, Iva / A1 / Megatrends and Media - Digital Universe/ 2019/ ISSN: 2453-6474</p>
popis stručnih radova	<p>1. Oglašavanje kazališnog života u vrijeme J. J. Strossmayera u Osijeku / Buljubašić, Iva; Medić, Mane / Odje za kulturologiju u Osijeku / A2 / Međunarodni interdisciplinarni znanstveni skup Znanstvene, Kulturne, Obrazovne i Umjetničke politike - Europski realiteti / 2015 / ISBN 978-953-6931-92-7</p> <p>2. Potencijali marketinga u gradskim muzejima / Buljubašić, Iva; Jurić, Irena / Fakultet agrobiotehničkih znanosti u Osijeku / A2 / Zbornik radova sa znanstvenog skupa Globalizacija i regionalni identitet / 2016 / ISBN 978-953-6931-93-4</p> <p>3. COMPARATIVE ANALYSIS OF THE IMPACT FACTORS INFLUENCING THE CINEMA AND THEATRE ATTENDANCE AND THEIR BUSINESS PERFORMANCE / Bestvina Bukvić, Ivana; Borić Cvenić, Marta; Buljubašić, Iva / A2 / Media, culture and public relations / 2017 / ISSN: 1333 - 6371</p>
nagrade i priznanja u struci	/
projekti	Istraživanje utjecaja promocijskih aktivnosti na razvoj publike generacije Y nacionalnih i gradskih kazališta u Republici Hrvatskoj / 19.11.2018 - 01.06.2020. / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera / nema ulogu / nema namijenjenoga iznosa / 31.022,55 kn
članstva u strukovnim udrugama	/

popis popularizacijskih radova	1. Dizajn i oglašavanje / Buljubašić, Iva; Čenan, Stella / Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku / Književna revija / 2019 / ISSN: 1330 - 1659
životopis u slobodnoj formi	Iva Buljubašić, trenutačno radi na Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku, na odsjeku za kulturu, medije i menadžment kao docentica i glavna Erasmus koordinatorica. Stekla je doktorat 2015. godine na temi nekonvencionalnoga marketinga u institucijama kulture u Republici Hrvatskoj na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Godine 2017. predstavljala je Sveučilište u Osijeku na elitnom ekonomskom forumu mladih lidera u Nowom Saczu u Poljskoj i imala je vlastiti kolegij pod nazivom "Gerila marketing komunikacija" na Fakultetu elektroničkih medija u Stuttgartu. Godine 2018. vodila je studente Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku u marketing kampanji za „Landesmuseum Württemberg" u Stuttgartu za koji su studenti dobili i Rektorovu nagradu Sveučilišta u Osijeku te je iste godine dobila financijsku potporu za svoj znanstvenoistraživački rad od Sveučilišta u Osijeku u kategoriji mladih istraživača. Daljnja svoja znanstvena usavršavanja je radila 2018. godine na Sveučilištu u Šangaju za međunarodno poslovanje i ekonomiju i 2019. godine pod znanstvenom stipendijom Bavarske državne kancelarije i Bavarskoga ministarstva znanosti i umjetnosti na Katoličkom sveučilištu Eischstätt – Ingolstadt. Od neformalne dodatne edukacije najvažnije je spomenuti da je 2014. godine dobila diplomu Ulm Danube School for Arts Management koju podupiru Robert Bosch zaklada i Goethe institut München.
poveznice	https://www.bib.irb.hr/pretraga?operators=andIbuljuba%C5%A1%C4%87,%20Iva%20(342353) textlauthor https://scholar.google.hr/citations?user=D2C7CdEAAAJ&hl=hr