

| Ime i prezime | |
|--|---|
| akademski stupanj | Doktorica znanosti |
| zvanje | Izvanredna profesorica |
| područje, polje, grana izbora u zvanje | Društvene znanosti, ekonomija, marketing |
| odsjek | Odsjek za kulturu, medije i menadžment |
| konzultacije | Prema dogovoru putem e - mail |
| kabinet | 35 |
| kontakt | buljubasic.unios@gmail.com iva.buljubasic@aukos.hr |
| | |
| nastavna djelatnost kolegiji tijekom 2019./2020. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menadžment i promocija događanja 2. Strategije oglašavanja i nekonvencionalni marketing 3. Digitalno pismo 4. Digitalni marketing 5. Marketing i digitalna promocija 6. Imidž i brendiranje u kulturi i kreativnim industrijama |
| obrazovanje | Poslijediplomski doktorski studij „Management“, Ekonomski fakultet u Osijeku |
| usavršavanje | <ul style="list-style-type: none"> • Katoličko sveučilište Eischstätt - Ingolstadt, Eichstätt, Njemačka • Hochschule der Medien, Stuttgart • Ulm Danube School for Arts Management • 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. Buljubašić, Iva; Borić, Marta; Hartmann Tolić, Ivana: THE IMPACT OF PROMOTION IN CREATIVE INDUSTRIES - THE CASE OF MUSEUM ATTENDANCE, EKONOMSKI VJESNIK / ECONVIEWS, Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues, god. XXIX, br. 1 / 2016; Ekonomski fakultet u Osijeku; Osijek; str. 109-124; ISSN: 0353-359x; e-ISSN: 1847-2206 2. Buljubašić, Iva; Ham, Marija; Pap, Ana: IMPLEMENTATION OF UNCONVENTIONAL MARKETING IN CULTURAL INSTITUTIONS - EVIDENCE FROM CROATIA, SCIENTIFIC ANNALS OF ECONOMICS AND BUSINESS, god. XXIX, br. 2 / 2016.; Alexandru Ioan Cuza University of Iasi. Economic Sciences; Iasi; str. 247-272; ISSN 2501-3165; e-ISSN: 2501-3165; 3. Mihaljević, Jasminka; Borić, Marta; Buljubašić, Iva: THE PLACE OF BOOKS AND LIBRARIES IN THE FRAMEWORK OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES OF THE NEW AGE; Zbornik radova V međunarodnoga znanstvenog simpozija: 5th International Scientific Symposium; Josip Juraj Strossmayer University of Osijek - Faculty of Economics in Osijek, Osijek; 2016; str. 243-255; ISSN: 1848-9559; |

4. Bestvina Bukvić, Ivana; Buljubašić, Iva; Lesinger, Gordana: INFLUENCE OF ADVERTISING SPACE SALES ON INFORMATION MEDIA CONTENT AND FINANCIAL PERFORMANCE OF CROATIAN NATIONAL TV STATIONS; Zbornik radova međunarodnog znanstvenog skupa - International Scientific Conference Megatrends and Media 2016: Critique in Media, Critique of Media; Faculty of Mass Media, Trnava (Slovačka), str. 214 - 242; ISSN: 2453 - 6474;
5. Buljubašić, Iva; Jurić, Irena: POTENCIJALI MARKETINGA U GRADSKIM MUZEJIMA // Sociokulturno nasljeđe i gospodarski razvoj. Zbornik radova sa znanstvenog skupa Globalizacija i regionalni identitet 2016. / Šundalić, Antun; Zmaić, Krunoslav; Sudarić, Tihana; Pavić, Željko (ur.), Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Odjel za kulturologiju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek; str. 141-156; ISBN 978-953-6931-93-4;
6. Buljubašić, Iva; IMPACT OF UNCONVENTIONAL ADVERTISING ON PERFORMANCE OF CULTURAL INSTITUTIONS IN CITY OF OSIJEK, Interdisciplinary Management Research XI / Barković, Dražen; Runzheimer, Bodo (ur.); Opatija: Juraj Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Osijek, Croatia; Postgraduate Studies "Management"; Hochschule Pforzheim University; 2015, str. 1097 - 1105; ISSN 1847-0408;
7. Buljubašić, Iva; Medić, Mane: OGLAŠAVANJE KAZALIŠNOG ŽIVOTA U VRIJEME J. J. STROSSMAYERA U OSIJEKU, Međunarodni interdisciplinarni znanstveni skup Znanstvene, Kulturne, Obrazovne i Umjetničke politike - Europski realiteti (200. obljetnica rođenja Josipa Jurja Strossmayera), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Odjel za kulturologiju; Zavod za znanstveni i umjetnički rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti u Osijeku; Sveučilište u Pečuhu, Filozofski fakultet u Pečuhu, Institut za slavistiku, katedra za kroatistiku, Pečuh; Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Umjetnička akademija, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb; Osijek, 18. - 19. svibnja 2015; str. 115 - 124; ISBN 978-953-6931-92-7
8. Buljubašić, Iva; Borić, Marta: THE IMPACT OF PROMOTION IN FRANCHISING, EKONOMSKI VJESNIK / ECONVIEWS, Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues, god. XXVII, br. 2 / 2014; Ekonomski fakultet u Osijeku; Osijek; str. 285-297; ISSN: 0353-359x; e-ISSN: 1847-2206;
9. Buljubašić, Iva; Borić, Marta; Bodražić, Bojan: CULTURE AND TOURISM AS MAJOR CATALYST IN CREATING COMPETITIVE AND MULTICULTURAL CITY IDENTITY, Interdisciplinary Management Research X / Barković, Dražen; Runzheimer, Bodo (ur.); Opatija: Juraj Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Osijek, Croatia; Postgraduate Studies "Management"; Hochschule Pforzheim University; 2014, str. 913 - 922; ISSN 1847-0408;
10. Bestvina Bukvić, Ivana; Karačić, Domagoj; Buljubašić, Iva: KARAKTERISTIKE OCJENE OPRAVDANOSTI ULAGANJA U INVESTICIJSKE PROJEKTE U POLJOPRIVREDI // Zbornik radova 49. hrvatski i 9. međunarodni simpozij agronoma / Marić, Sonja; Lončarić, Zdenko (ur.), Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku; 2014, str. 109-114; ISBN 978-953-7871-22-2;
11. Karić, Marijan; Bestvina Bukvić, Ivana; Buljubašić, Iva: ISTRAŽIVANJE PRIMJENE MODELA OCJENE OPRAVDANOSTI ULAGANJA U KAPITALNE OBJEKTE, EKONOMSKI VJESNIK / ECONVIEWS, Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues, god. XXVI, br.1 / 2013; Ekonomski fakultet u Osijeku; Osijek; str. 174-189; ISSN: 0353-359x; e-ISSN: 1847-2206;

12. Buljubašić, Iva; Bestvina Bukvić, Ivana; Bodražić, Bojan: INFORMAL LEARNING AS THE FORM OF EXTENDING KNOWLEDGE IN THE AREA OF FINANCIAL MANAGEMENT, Interdisciplinary Management Research IX / Barković, Dražen; Runzheimer, Bodo (ur.); Opatija: Juraj Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Osijek, Croatia; Postgraduate Studies "Management"; Hochschule Pforzheim University; 2013, str. 493 - 502; ISSN 1847-0408;
13. Buljubašić, Iva, Mijoč, Josipa, Jobst, Ivana. EMPIRICAL STUDY OF THE EFFECTIVNES OF UNCONVENTIONAL THEATRE MARKETING ACTIVITES TARGETING GENERATION Y, Ekonomski vjesnik / Econviews - Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues, Vol. 33, No. 2, 2020, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 421- 435.
14. Bestvina Bukvić, Ivana, Buljubašić, Iva, Ivić, Marija. PROJECT MANAGEMENT EDUCATION IN CROATIA: A FOCUS ON THE IT SECTOR NEEDS, Management: Journal of Contemporary Management Issues, 25, 2020, str. 255 - 278.
15. Lesinger, Gordana, Buljubašić, Iva. THE BOUNDARY BETWEEN NEWS CONTENT AND NATIVE ADVERTISING - IS IT CLEAR?, International Scientific Conference Megatrends and Media, Univesrity of Ss. Cyrril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication (eds. Monika Prostináková Hossová, Jana Radošinská, Martin Solík), 2019, str. 628 - 644.
16. Borić Cveniċ, Marta, Buljubašić Iva, Tolušić Marija. THE ECONOMIC IMPACTS OF THE EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE ON REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM, ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT, 35 th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Faculty of Management University of Warsaw, Faculty of Law, Economics and Social Sciences Sale - Mohammed V University in Rabat (ed. Humberto Ribeiro, Dora Naletina, Ana Lorga da Silva), Lisbon, 2018, str. 554 - 560.
17. Buljubašić, Iva, Mijoč, Josipa, Jobst, Ivana. THE EFFECTIVNESS OF UNCONVENTIONAL MARKETING IN THEATRES: TOP MANAGEMENT THEATERS PERSPECTIVE, 9th International Scientific Symposium Region Entrepreneurship Development, J. J. Strossmayer of Osijek Faculty of Economics in Osijek, Croatian Academy of Arts and Sciences - The Institute for scientific and art research work in Osijek, University in Maribor Faculty of Economics and Business, University in Tuzla Faculty of Economics in Tuzla, Osijek, 2020, str. 130 - 142.
18. Buljubašić, Iva, Mijoč, Josipa, Jobst, Ivana. AN EMPIRICAL EXAMINATION OF PROMOTIONAL ACTIVITES IN CROATIAN THEATRES, 4th International Science Conference „European Realities - Movements“, Akademija za umjetnost i kulturu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2019, str. 13 - 31.
19. Buljubašić, Iva, Kotrla, Diana. MARKETING AS A BUSINESS SUCCESS FACTOR IN CULTURAL INSTITUTIONS, 7th International Scientific Symposium Gospodarstvo Istočne Hrvatske - Vizija i Razvoj, Osijek, 2018, str. 738 - 747.
20. Buljubašić, Iva, Nobile, Ivana, Jambrenčina, Ena. SOCIAL MEDIA MARKETING: IMPLEMENTATION OF GUERILLA MARKETING AMONG INSTAGRAM INFLUENCERS, International Scientific Conference Megatrends and Media, University of Ss. Cyrril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication (eds. Monika Prostináková Hossová, Jana Radošinská, Martin Solík), 2021, str. 366 - 379.
21. Buljubašić, Iva. THE HISTORY OF THEATRE ADVERTISING IN REPUBLIC OF CROATIA, International Scientific Conference

| | |
|--|--|
| | <p>Megatrends and Media, Univesity of Ss. Cyrril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication (eds. Monika Prostináková Hossová, Jana Radošinská, Martin Solík), 2020, str. 502 - 511.</p> <p>22. Buljubašić, Iva. EXPLORING THE MOTIVES OF YOUNG AUDIENCE FOR THEATRE ATTENDANCE, 7th International Conference "VALLIS AUREA" focus on: Research and Innovation, Polytechnic in Požega, Croatia, DAAAM International Vienna, Austria, 2020, str. 129 - 141.</p> <p>23. Buljubašić, Iva. UTJECAJ GERILA MARKETINGA NA POSJEĆENOST KAZALIŠTA MLADE PUBLIKE U EUROPI I AZIJI, 8. međunarodni znanstveni skup „Evropske i evroazijske integracije - prednosti i nedostaci“, Evropski Univerzitet Brčko Distrikt, 2020, str. 285 - 295.</p> <p>24. Buljubašić, Iva, Vidačković, Krešimir, Ageljić, Ivana. STORYTELLING KAO MARKETINŠKI ALAT U AUTOMOBILSKOJ INDUSTRIJI - STUDIJA SLUČAJA: MERCEDES BENZ, Global Challenges & Regional Specificities, Globalisation and Regional Identity 2020, Filozofski fakultet, Osijek, 2021, str. 81 - 98.</p> <p>25. Mlinarević, Kornelija, Majić, Kristijan Ivan, Buljubašić, Iva. ULOGA KREATIVNE INDUSTRIJE U NATJECANJU ZA EUROPSKU PAMETNU PRIJESTOLNICU TURIZMA, 3. Konferencija Hrvatska izvan domovine, Centar za istraživanje hrvatskog iseljništva, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2020, str. 321 - 331.</p> <p>26. Buljubašić, Iva. UTJECAJ INTEGRIRANE MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE NA RAZVOJ KAZALIŠNE PUBLIKE GENERACIJE Y U REPUBLICI HRVATSKOJ, South Eastern European Journal of Communication, Vol. 2, No. 1, 2020, Sveučilište u Mostaru, Filozofski fakultet, str. 17 - 25</p> <p>27. Buljubašić, Iva. GERILA MARKETING KAO SREDSTVO KOMUNIKACIJE S PUBLIKOM KULTURNIH DOGAĐANJA, Sudbina otvorenih granica - Globalizacija i regionalni identitet, Filozofski fakultet u Osijeku, Osijek, 2018, str. 199 - 209.</p> <p>28. Buljubašić, Iva; Đukić, Marina. Understanding celebrity endorsement outcomes through the lens of fame typologies: a systematic review // Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije, 15 (2025), 2; 491-504. doi: https://doi.org/10.7251/EMC2502491B</p> <p>29. Đukić, Marina; Buljubašić, Iva. The role of perceived celebrity fame origin in shaping purchase intentions among young consumers // Ekonomski vjesnik, 38 (2025), 2; 299-312. doi: 10.51680/ev.38.2.7</p> <p>30. Đukić, Marina; Buljubašić, Iva; Brzović, Dora. From Fame to Fit: How Social Origins of Celebrity Shape Audience Perceptions of Brand Congruence // Komunikacija i kultura online, 16 (2025), 16; 18-42. doi: 10.18485/kkonline.2025.16.16.2</p> <p>31. Andziak, Anita; Bestvina Bukvić, Ivana; Buljubašić, Iva. Exploring the demographic and economic dimensions of virtual reality technologies in tourism // Virtual Economics, 8 (2025), 4; 29-47. doi: 10.34021/ve.2025.08.04(2)</p> <p>32. Đukić, Marina; Buljubašić, Iva</p> <p>33. The influence of social origins on celebrity status and its implications for brand image: analysing public perception through Rojek's classification // Communication today, 16 (2025), 2; 170-185. doi: https://doi.org/10.34135/communicationtoday.2025.Vol.16.No.2.10</p> <p>34. Buljubašić, Iva. Virtualno okružje: potencijali društvene mreže LinkedIn na tržištu rada // Zbornik radova sa znanstvenog skupa "Znanstveni sabor Slavonije i Baranje" održanog 17. i 18. listopada 2024. u Osijeku / Piližota, Vlasta; Harc, Martina; Briš, Martina (ur.). Osijek: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za</p> |
|--|--|

| | |
|--------------------------------|--|
| | <p>znanstveni i umjetnički rad u Osijeku, 2025. str. 863-879. doi: 10.21857/m8vqrt3k59</p> <p>35. Buljubašić, Iva; Mavrin, Igor; Čalić, Iva. Održivi razvoj publike u muzejskim institucijama - nove marketinške perspektive // Europski realiteti - Održivost : Zbornik radova : 6. Međunarodni znanstveni skup / Baraban, Borko; Buljubašić, Iva; Barić-Šelmić, Snježana (ur.). Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku; Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Centar za znanstveni rad u Vinkovcima, Hrvatska, 2025. str. 154-177. doi: 10.59014/RTFZ8433</p> <p>36. Buljubašić, Iva; Barić-Šelmić, Snježana. Women as a target group - marketing in the new digital media // Evropska revija, 2 (2024), 20; 49-65. doi: 10.7251/ERB2420049B</p> <p>37. Tumuheirwe, Alinaitwe, Sylvia; Buljubašić, Iva; Okot, Okidi, Alfred. New Public Management Strategy and Customer Satisfaction in a Public Utility: The Case of National Water and Sewerage Corporations Uganda // International Journal For Multidisciplinary Research, 6 (2024), 6; 1-14. doi: 10. Bijakšić, Sanja; Buljubašić, Iva; Šain, Marija</p> <p>38. Utjecaj Edwarda Bernaysa na razvoj odnosa s javnošću i propagande // South Eastern European journal of communication, 5 (2023), 73-8336948/ijfmr.2024.v06i06.30873</p> <p>39. Šain, Marija; Buljubašić, Iva; Mihaljević, Vlatka</p> <p>40. The power of (unconventional) marketing in fundraising: the perspective of the cultural sector // European realities - Power : Conference Proceedings 5th International Scientific Conference / Osijek. 2023. str. 265-285 . doi: https://doi.org/10.59014/NFUW3755</p> |
| popis stručnih radova | <p>1. Oglašavanje kazališnog života u vrijeme J. J. Strossmayera u Osijeku / Buljubašić, Iva; Medić, Mane / Odjel 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 Cveniće, Marta; Buljubašić, Iva / A2 / Media, culture and public relations / 2017 / ISSN: 1333 - 6371</p> |
| nagrade i priznanja u struci | Priznanje Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku za uspješnu organizaciju 6. međunarodne znanstvene konferencije Europski Realiteti - Održivost |
| projekti | <p>Istraživanje utjecaja promocijskih aktivnosti na razvoj publike generacije Y nacionalnih i gradskih kazališta u Republici Hrvatskoj / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera</p> <p>Znanstvenoistraživači projekt KREATIV - Kreativna industrija i društvena transformacija kroz medije i inovacije,</p> |
| članstva u strukovnim udrugama | - |
| popis popularizacijskih radova | - |
| životopis u slobodnoj formi | Iva Buljubašić trenutačno radi kao izvanredna profesorica i Erasmus+ koordinatorica na Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku, na Odsjeku za kulturu, medije i menadžment, te kao mentorica na DBA programu na |

| | |
|-----------|---|
| | <p>Swiss School of Business i Paris School of Management, specijalizirajući se za digitalni marketing, gerilski marketing i upravljanje događanjima.</p> <p>Godine 2015. stekla je doktorat znanosti iz područja nekonvencionalnog marketinga na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Hrvatska. Godine 2017. održavala je vlastiti kolegij „Gerilske marketinške komunikacije” na Stuttgart Media University, na Fakultetu elektroničkih medija. Od 2018. do 2020. vodila je znanstveno-istraživački projekt pod nazivom „Istraživanje utjecaja promocijskih aktivnosti na razvoj publike generacije Y nacionalnih i gradskih kazališta u Republici Hrvatskoj”, koji je financiralo Sveučilište u Osijeku te je proglašen projektom od posebnog značaja za Akademiju za umjetnost i kulturu u Osijeku. Godine 2019. dobila je stipendiju Bavarskog akademskog centra za srednju, istočnu i jugoistočnu Europu. Godine 2025. primila je priznanje Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku za uspješnu organizaciju 6. međunarodne znanstvene konferencije Europski Realiteti - Održivost.</p> <p>Sudjeluje na međunarodnim znanstvenim konferencijama i panelima, organizatorica, članica i predsjednica znanstvenih odbora, recenzira znanstvene radove iz područja ekonomije (marketinga i menadžmenta) te donosi više od desetljeća međunarodnog akademskog iskustva.</p> |
| poveznice | <p>https://www.linkedin.com/in/ivabuljubasic/</p> <p>https://www.croris.hr/osobe/profil/31818</p> <p>https://scholar.google.com/citations?user=D2C7CdEAAA&hl=hr</p> |