

OSOBNJE INFORMACIJE

Zoran Krupka



📍 Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska

☎ 00 385 1 238 3454

✉ zkrupka@net.efzg.hr

🌐 www.efzg.unizg.hr/zkrupka

TREKUTNO ZVANJE I RADNO
MJEKTO

Prodekan za kvalitetu, internacionalizaciju i znanost

RADNO ISKUSTVO

2022- **Redovni profesor na Katedri za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
Međunarodni marketing, upravljanje markom, marketinško planiranje, zemlja podrijetla, upravljanje luksuznim markama

2017-2022 **Izvanredni profesor na Katedri za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
Međunarodni marketing, upravljanje markom, marketinško planiranje, zemlja podrijetla, upravljanje luksuznim markama

2012 - 2017 **Docent na Katedri za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
Međunarodni marketing, upravljanje markom, marketinško planiranje, zemlja podrijetla, upravljanje luksuznim markama

2004 - 2012 **Asistent na Katedri za marketing**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
Međunarodni marketing, upravljanje markom

OBRAZOVANJE

2006 - 2010 **Doktorat znanosti iz područja marketinga**
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
Upravljanje markom, međunarodni marketing

- 2004 - 2006 **Magistar znanosti iz područja marketinga**
 Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
 Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
 Međunarodni marketing, strategije internacionalizacije poslovanja
- 1999 - 2004 **Diplomirani ekonomist iz područja marketinga**
 Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
 Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Hrvatska
 Međunarodni marketing

EDUKACIJE I STRUČNO USAVRŠAVANJE

- 2022 'OpenInnoTrain – Industry 4.0', Societa Agricola Salcheto S.R.L. (Montepulciano, Italy)
- 2019 'Innovation Ecosystems', Massachusetts Institute of Technology – MIT (Boston, MA, USA)
- 2019 'OpenInnoTrain – Industry 4.0', RMIT Europe (Barcelona, Spain)
- 2016 'Market Research Colloquium on Smart PLS', Innovation Institute (Zagreb, Croatia)
- 2015 'Advanced Program in Business - education in Marketing, Strategy, Innovation, Finance', Innovation Institute (Zagreb, Croatia)
- 2009 'International Marketing', Skidmore College (Saratoga Springs, NY, USA)
- 2007 'EDEN Doctoral Seminars on Statistical Methods for Management Research', EIASM (Lueven, Belgium)
- 2007 'Education in didactics, psychology, Croatian language and informatics', Faculty of Economics & Business - Zagreb and Faculty of Humanities and Social Sciences Zagreb, (Zagreb, Croatia)
- 2006 'World Forum on Marketing and Sales', Marketing School for Business – Lisbon (Lisbon, Portugal)

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik Hrvatski jezik

Ostali jezici

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
Engleski	C1	C1	C1	C1	C1
Zamijenite nazivom jezične potvrde. Upišite stupanj ako je primjenjivo.					
Španjolski	B1	B1	A2	A2	A2
Zamijenite nazivom jezične potvrde. Upišite stupanj ako je primjenjivo.					

Stupnjevi: A1/2: Temeljni korisnik - B1/B2: Samostalni korisnik - C1/C2 Iskusni korisnik
[Zajednički europski referentni okvir za jezike](#)

Komunikacijske vještine

Dobre komunikacijske vještine stečene kroz iskustvo rada kao profesor, kroz programe edukacije, prezentacije radova na konferencijama.

Organizacijske / rukovoditeljske vještine

Dobre organizacijske i rukovoditeljske vještine stečene kroz iskustvo u organizacijskim i programskim odborima međunarodnih znanstvenih konferencija, voditelj i koordinator istraživačkih projekata, pomoćni urednik i tehnički urednik međunarodnog znanstvenog časopisa, voditelj više odbora na Ekonomskom fakultetu - Zagreb.

Poslovne vještine Konzultant u poduzećima.

DODATNE INFORMACIJE

Gostujući profesor Svibanj 2024, European University (Tbilisi, Georgia)
Prosinac 2023, ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing (Sao Paulo, Brazil)
Ožujak 2023, Universidad de Magallanes (Punta Arenas, Čile)
Prosinac 2020, ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing (Sao Paulo, Brazil)
Kolovoz 2019, RMIT Europe (Barcelona, Španjolska)
Ožujak 2019, Universidad de Magallanes (Punta Arenas, Čile)
2017-2021, Ekonomski fakultet (Sarajevo, Bosna i Hercegovina)
veljača – srpanj 2009, Skidmore College (Saratoga Spring, NY, USA)

Pozvana predavanja Predavanja na teme iz područja strategija internacionalizacije poslovanja, upravljanja markom, zemlje podrijetla, međunarodnog marketinga

- Projekti**
- HORIZON “Consumers’ Understanding Of Eating Sustainably – CUES”. Voditelj projekta: Erasmus University Rotterdam.
 - ERASMUS+. 2020-2023. “PROSPER - PROMoting Social entrepreneurship in higher Education for a prosperous society”. Voditelj projekta - University of Slaski (Poland). Članovi projekta - Stimuli For Social Change (Greece), University of Macedonia (Greece), World University Service-Osterreichisches Komitee Verein (Austria), Sdrudzenie Znam i Moga (Bulgaria), University of Zagreb (Croatia). Istraživač.
 - HORIZON 2020. 2019-2023. “Open Innovation – Research Translation and Applied Knowledge Exchange in Practice through University-Industry-Cooperation”. Voditelj projekta - RMIT Europe. Članovi projekta - University of Zagreb, Royal Melbourne Institute of Technology, University of Graz. Istraživač.
 - 2018-2019. “Kako slovenske i hrvatske visoko obrazovne institucije slijede društveno odgovorne ciljeve europskog visoko obrazovnog sustava”. Voditelji / članovi projekta - Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mariboru. Istraživač.
 - 2017. “Utjecaj inovativnosti marke na spremnost potrošača na plaćanje različitih razina cijena”. Voditelj projekta - Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Voditelj projekta i glavni istraživač.
 - 2015-2023. “Znanstveni centar izvrsnosti za školsku učinkovitost i menadžment”. Nositelj projekta - Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Član znanstvenog odbora i istraživač.
 - 2015-2016. “ECONQUAL”. Voditelj projekta – Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci. Projekt je financiran od strane Europske unije o izradi kvalifikacijskog sustava visokog obrazovanja za područje ekonomije. Koordinator i voditelj projekta sa strane Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
 - 2014. “Interakcije različitih razina analize u stvaranju percepcija marke”. Voditelj projekta - Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Voditelj projekta i glavni istraživač.

Nagrade i priznanja 2007, nagrada „ Dr. Mijo Mirković“ za znanstveni rad, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

- Javne i sveučilišne funkcije**
- 2024, Prodekan za kvalitetu, internacionalizaciju i znanost
 - 2022-2024, Prodekan za kvalitetu i internacionalizaciju
 - 2020-, član Vijeća društveno-humanističkog područja
 - 2020-2022, voditelj Odbora za poslijediplomske specijalističke studije, Ekonomski fakultet

	<p>Sveučilišta u Zagrebu</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 2018-2020, voditelj Odbora za integrirane studije, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu▪ 2016-2018, voditelj Odbora za nagrade studenata i studentskih radova, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu▪ 2013-, član Akademskog vijeća Instituta za inovacije
Članstvo u stručnim udruženjima i tijelima	<p>American Marketing Association – AMA (2012, 2014) European Marketing Association – EMAC (2008, 2011-2012, 2014, 2018, 2020-2021) Hrvatska udruga za marketing – CROMAR (2007-2009, 2019)</p>
Uredništvo u časopisima (glavni, gostujući urednik, urednički odbor i sl.)	<ul style="list-style-type: none">▪ 2020-, Market-Trziste, pomoćni urednik i član uredničkog odbora▪ 2019-, ZIREB – Zagreb International Review of Economics & Business, član uredničkog odbora
Recenzije (časopisi, zbornici s konferencija itd.)	<p>Znanstveni časopisi</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Economic Research (2013)▪ Economic Thought and Practice (2015-2019)▪ Ekonomski pregled (2020)▪ Ekonomski vjesnik (2019-2020)▪ International Journal of Value Chain Management (2020)▪ Journal of Business Review (2017-2018)▪ Journal of Contemporary Management Issues (2015-2018)▪ Journal of Global Marketing (2014)▪ Liburna (2014)▪ Market – Trziste (2012-2020)▪ Marketing of Scientific and Research Organizations (2014-2020)▪ Our Economy (2020)▪ South Eastern European Journal of Economic and Business (2013-2017)▪ Tourism Management (2014-2019)▪ Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu (2014-2016) <p>Zbornici znanstvenih konferencija</p> <ul style="list-style-type: none">▪ American Marketing Association Conferences (2019)▪ Academy of International Business Conference (2008)▪ CROMAR Congress (2013, 2019)▪ Contemporary Issues in Theory and Practice of Management (2017)▪ European Marketing Academy Conference (2013-2015)▪ Regional European Marketing Academy Conference (2010-2013, 2020)▪ Odyssey Conference (2020)▪ Global Business Conference (2010-2020)▪ Global Education, Teaching & Learning Conference (2017-2020) <p>Knjige</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Osnove strateškog marketinga (2012)▪ Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija (2013)▪ Strategijski marketing (2019)
Istaknute konferencije (programski, organizacijski, znanstveni i drugi odbori)	<ul style="list-style-type: none">▪ 2010-2022, Global Business Conference, programski odbor▪ 2017-2022, Global Education, Teaching & Learning Conference, programski odbor

- 2018-2022, Contemporary Issues in Theory and Practice of Management, znanstveni odbor
- 2016-2020, European Forum for Marketing of Scientific and Research Organizations, programski odbor
- 2005, XIX CROMAR Congress, organizacijski odbor

Osobni profili znanstvenika

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2896-7531>Google Scholar: <https://scholar.google.sk/citations?user=yxn4JOMAAAAJ&hl=en&oi=ao>Full bibliography: <https://www.bib.irb.hr/pretraga/?operators=and|krupka%20zoran|text|profile>

ODABRANA BIBLIOGRAFIJA

- Vlašić, G., Dabić, M., & Krupka, Z. (2024). Cognitive Profiles of Strategic Decision-Makers: Implications for Exploration–Exploitation Strategies. *Strategic Change*, 33(4), 275-285.
- Dropulić, B., Krupka, Z., & Vlašić, G. (2024). The Use of Biometrics in Marketing: Challenges and Opportunities. 28th CROMAR Congress – Marketing in Multiverse: From Real to Virtual. Pula (Croatia), October 12th-13th. 2023, pp. 289-307.
- Otola, I., Grabowska, M., & Krupka, Z. (2023). *Trust and Organizational Resilience*. New York, NY: Routledge.
- Krupka, Z. (2023). Empowering Brands: Integrating Experiential Marketing and Socially Responsible Initiatives for Lasting Impact. 45th EBES Conference Proceedings – vol. I. Budapest (Hungary / online), October 11th-13th, 2023, pp. 732-741.
- Krupka, Z. (2023). Exploring the Influence of Sensory Marketing on Brand Perception. *Naše gospodarstvo / Our Economy*, 69(3), 45-55.
- Otola, I., Grabowska, M., & Krupka, Z. (2023). The Response of High-Growth Enterprises to the Crises Caused by the Covid-19 Pandemic. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 28(2), 13-26.
- Krupka, Z., & Marinić, M. (2022). Integriranost elemenata zemlje podrijetla u identitet marke proizvoda. *Ekonomski pregled*, 73(3), 433-458.
- Dropulić, B., Krupka, Z., & Vlašić, G. (2022). Brand Equity in a Digital Age: Systematic Literature Review. *Economic Thought and Practice / Ekonomska misao i praksa*, 31(1), 277-302.
- Krupka, Z., Mirt, M., & Ozretić Došen, Đ. (2021). The Importance of Country-of-Origin Construct Dimensions in Destination Brand Building. *Market-Trziste*, 33(2), 221-238.
- Krupka, Z., Dobra, A., & Vlašić, G. (2021). Factors Influencing the Perception of Destination Brand Luxuriousness. *Naše gospodarstvo / Our Economy*, 67(4), 74-86.
- Dropulić, B., Krupka, Z., & Vlašić, G. (2021). Student Customer Experience: A Systematic Literature Review. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 26(2), 211-228.
- Krupka, Z. (2021). The Influence of the Western Lifestyle on The Brand Choice in Transitional Economies, 37th EBES Conference, Berlin (Germany), October 6th-8th, 2021, pp. 1262-1276.
- Krupka, Z., & Malogorski, M. (2021). The Country of Origin as a Factor in Product Quality Perception. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 19(1), 243-259.
- Krupka, Z., Fudurić, M., & Dropulić, B. (2021). Planiranje i metrika marketinških aktivnosti. In: T. Vranešević (ur.). *Osnove marketinga* (367-388). Zagreb: Ekonomski fakultet-Zagreb.
- Dropulić, B., & Krupka, Z. (2020). Are Consumers Always Greener on the Other Side of the Fence? Factors That Influence Green Purchase Intentions – The Context of Croatian and Swedish Consumers. *Market-Trziste*, 32(Special issue), 99-113.
- Krupka, Z. (2018). Importance of Image Attributes in Personal Branding. 32nd International Business Information Management Association Conference, Seville (Spain), November 15-16, 2018.
- Ozretić Došen, Đ., Previšić, J., Krupka, Z., Škare, V., & Komarac, T. (2018). The role of familiarity in the assessment of Turkey's country/destination image: going beyond soap operas. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(3), 277-291.
- Krupka, Z., Ozretić Došen, Đ., & Previšić, J. (2017). Antecedents of Brand Management Adaptation

- / Standardization and Its Influence on Firms' Performance. *Engineering Economics*, 28(3), 334-346.
- Vlašić, G., Hair, J., & Krupka, Z. (2017). Star Marketer's Impact on the Market Strategy Choice. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 22(2), 1-13.
 - Ozretić Došen, Đ., Škare, V., & Krupka, Z. (2017). Researching Country Image in the Context of Emerging Economies. In: M. A. Marinov (ed.). *Researching Handbook of Marketing in Emerging Economies* (pp. 163-196). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
 - Krupka, Z., & Arežina, D. (2017). Importance of Country-Of-Origin on Different Product Categories Purchase Decision. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 26(4), 35-54.
 - Krupka, Z., & Butara, A. (2016). The Impact of Brand Extension on Parent Brand Personality. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 14(1), 87-102.
 - Pavičić, J., Alfirević, N., Vlašić, G., Krupka, Z., & Krce Miočić, B. (2016). School Principals, Environments and Stakeholders: The Blessings and Heresies of Market Organization. In: N. Alfirević, J. Burušić, J. Pavičić & R. Relja (eds.). *School Effectiveness and Educational Management* (pp. 27-48). London: Palgrave Macmillan.
 - Krupka, Z., Ozretić Došen, Đ., & Previšić, J. (2014). Impact of Perceived Brand Name Origin on Fashion Brand's Perceived Luxury. *Acta Polytechnica Hungarica*, 11(3), 153-166.
 - Vlašić, G., Langer, J., & Krupka, Z. (2013). Mediating Mechanism of Charisma, Trust and Reputation in Driving Capital Endowment into Value Premium. *4th EMAC CEE Regional Conference*, San Petersburg (Russia), September 26-27, 2013.
 - Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., & Krupka, Z. (2012). *Principles of International Marketing* (in Croatian). Zagreb: Školska knjiga.
 - Krupka, Z., & Kelečić, D. (2011). Istraživanje stavova LOHAS segmenta prema zelenim markama. *Market-Tržište*, 23(2), 247-262.
 - Ozretić Došen, Đ., Škare, V., & Krupka, Z. (2011). Celebrity Endorsement in Brand Management in Croatia. In: M. Marinov & Marinova Svetla (eds.). *The Changing Nature of Doing Business in Transitional Economies* (pp. 214-224). London: Palgrave Macmillan.
 - Krupka, Z., & Ozretić Došen, Đ. (2009). International Marketing Strategies of Croatian Groups of Companies. *Akademija MM*, 13(1), 11-22.
 - Ozretić Došen, Đ., Škare, V., & Krupka, Z. (2008). The Overall Image of Slovenia among Croatian Students of Business and Economics. *Our Economy*, 54(5/6), 95-102.
 - Ozretić Došen, Đ., Škare, V., & Krupka, Z. (2007). Assessments of Country of Origin and Brand Cues in Evaluating a Croatian, Western and Eastern European Food Product. *Journal of Business Research*, 60(2), 130-136.