



## Konferencija Marketing Enigma razotkrila zagonetke marketinga i PR-a, ali otvorila i neke nove · poduzetnistvo.org



Održano je i prvo izdanje Marketing Enigme u organizaciji Hrvatske akademske zajednice Ekonomskog fakulteta. Konferencija je održana 4. i 5. travnja u WESPA spaces u Zagrebu dok je istovremeno bio i live prijenos na YouTube kanalu [udruge](#) (HAZ studenti).

U dva dana konferencije na pozornici se izmijenilo čak 18 govornika koji su svoja iskustva i znanja podijelili sa znatizeljnim studentima. Prvi dan konferencije otvorila je Martina Radaš, voditeljica projekta, nakon koje je Igor Mladinović iz Imago reklamne agencije održao svoje predavanje na temu 'Zašto je kreativnost bitnija od obrazovanja?'. Ovaj naslov, pomalo intrigantan, bio je pun pogodak da zainteresira publiku koja je imala mnogobrojna pitanja nakon izlaganja. Igor je, također, otkrio kako je došlo do ideje da sa svojim bratom otvori poznati zagrebački restoran, La Štruk.

Nakon Igora, gledatelji su imali priliku čuti i panel raspravu na temu 'Kako održati vezu s potrošačem?' u kojoj su sudjelovali Nikola Žinić, Maja Vresk Bodalec i Miranda Mladin dok je moderatorica bila Branka Dropulić, asistentica na Katedri za marketing na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Zanimljivo je bilo čuti sve tri strane – Nikolu koji predstavlja svijet agencija, te Maju i Mirandu koje su svoj karijerni put gradile u poznatim poduzećima.

Drugi dio prvoga dana, publici se predstavio i mladi poduzetnik i student završne godine diplomskog studija s Ekonomskog fakulteta, Josip Stanić. Njegov poduzetnički stav prešao je i na publiku koja ga je preplavila s pitanjima kako uspjeva koordinirati posao i fakultet. Na ta pitanja odgovore im je dala i Tanja Roca iz Deeshpet agencije koja je imala, po mnogima, najemotivnije predavanje. Svoj poslovni životni put podijelila je u obliku storytellinga.

Kraj prvoga dana bio je rezerviran za Case Study u kojem su Berislav Tomšić, Maja Šplajt i Maro Pitarević (Real grupa) ispričali kako je tekla uspješna suradnja s Aircashom koji je postao uspješan hrvatski brend. Neočekivano, ali potpuno simpatično im se pridružio i vlasnik Aircasha Hrvoje Čosić koji je podijelio i svoju stranu priče.

Drugogi dan konferencije započeo je nešto ranije od prvoga dana, a program je vodila Maria Katančić koja je, uz Martinu Radaš, bila voditeljica projekta. Jedino predavanje na engleskom jeziku održao je svima poznati Jan de Jong. Jan je doputovao čak iz Splita kako bi se pridružio proaktivnim studentima i ispričao svoju priču koju gradi u Hrvatskoj već 16 godina.

Nakon njega, na pozornicu su stigle i predstavnice [HURA](#)-e, Violeta Colić i Željka Martinović. Ovaj skladni duo pričao je o vrlo popularnoj temi – društveno odgovornom poslovanju. U ovom slučaju, povezanog s PR-om

Osim toga, publika je oduševljeno dočekala predavanje Kamila Antolovića, stalnog sudskog vještaka za tržišno



komuniciranje, koji je na svoj način totalno iznenadio publiku. Da je vrijeme dopustilo, vjerojatno bi ga slušali još sat vremena, ali, nažalost, program je morao ići dalje.

Na kraju su svoje predavanje održali Alen Anđelić i Ivan Biošić, a kraj je bio rezerviran za panel raspravu u kojoj su se pojavila i neka stara lica. Moderatorica je ponovno bila Branka Dropulić, mnogima omiljena profesorica, dok su pored nje bili Tibor Trupeć, Tanja Džido i Miranda Mladin.

Panel rasprava otvorila je mnoga pitanja, bilo je burno kada se u raspravu uključio Ivan Biošić u vezi pitanja je li PR dio marketinškog miksa ili ne. Sasvim zanimljiv kraj drugoga dana konferencije koja je otvorila još enigmatičnih vezanih uz marketing i PR i samim time nagovijestila da će publika moći i iduće godine uživati u konferenciji koja je uspješno i kvalitetno odrađena.

*Tagovi*

[internet marketing](#) · [konferencije](#) · [marketing](#) · [marketing enigma](#)

[Ispiši članak](#)