



VISOKA
POSLOVNA
ŠKOLA
ZAGREB

ZAGREB
SCHOOL
OF
BUSINESS



F. Rocco

Fedor Rocco

Druga međunarodna
znanstveno-stručna konferencija
iz područja marketinga i
komunikacija

TEMA: Život u digitalnom dobu:
DRUŠTVENI ASPEKTI

ORGANIZATOR:
Visoka poslovna škola Zagreb
Zagreb, 18. ožujka 2016.

Second International
Scientific and
Professional Conference
Marketing & Communications

THEME: Living in a Digital World:
SOCIAL ASPECTS

ORGANIZER:
Zagreb School of Business
Zagreb, March 18, 2016

UPUTE ZA AUTORE

Radovi se šalju organizacijskom odboru na email konferencija@vpsz.hr.

Prijavljeni radovi bi trebali biti originalni doprinosi i ne mogu u isto vrijeme biti na razmatranju za drugu publikaciju. Radovi trebaju biti pisani na engleskom ili hrvatskom jeziku koristeći Microsoft Word. Autor se treba pobrinuti da je rad kompletan, bez gramatičkih, pravopisnih i tipografskih grešaka. Prijavljeni rad mora imati između 2500 i 4000 riječi (bez sažetka i literature), otipkano prema sljedećim instrukcijama:

Font: Times New Roman, veličina 12; *prored:* 1,15; A4 Format (297x210 mm); *postava stranice:* *margin:* gornja 2,5 cm, donja 2,5 cm, lijeva 2,5 cm, desna 2,5 cm; *format:* zaglavlje 4 cm, podnožje 4 cm.

Naslovna strana sadržava imena autora, njihove titule, pozicije, pune adrese njihovih institucija, telefon, faks i e-mail adresu.

Naslov rada mora biti jasan, sažet i informativan.

Sažetak se sastoji od 200 do 400 riječi koje trebaju sadržavati:

- Središnju temu ili hipotezu: koja pitanja će se uputiti?
- Pristup i metodologiju: kako će se pitanja nasloviti?
- Rezultati, implikacije i vrijednost.

Metodološka orijentacija mora biti jasno artikulirana. Sažetak mora biti popraćen sa 3-7 ključnih riječi koje se odnose na osnovnu tematiku rada, primjerene za svrhu indeksiranja i *online* pretrage.

Reference prema drugim publikacijama moraju biti u APA stilu (6. izdanje) i detaljno provjerene za cjelovitost, točnost i konzistentnost. Unutar-tekstovne reference moraju biti uključene koristeći APA „autor-datum“ sistem citiranja npr. (Rocco, 2002, 135) ili (Rocco i Milas 2006, 35). Literatura korištena u radu se treba dodati na kraju rada, koristeći alfabetni red.

- **Članak:** prezime, inicijali (godina), "naziv članka", *ime časopisa*, svezak (volumen), izdanje (broj), stranice.
npr. Capizzi, M.T. and Ferguson, R. (2005), "Loyalty trends for the twenty-first century", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22 No. 2, pp. 72-80.
- **Knjiga:** prezime, inicijali (godina), *naziv knjige*, izdavač, mjesto publikacije.
npr. Harrow, R. (2005), *No Place to Hide*, Simon & Schuster, New York, NY.
- **Poglavlje iz knjige:** prezime, inicijali (godina), "naziv poglavlja", prezime urednika, inicijali, *naziv knjige*, izdavač, mjesto publikacije, stranice.
npr. Calabrese, F.A. (2005), "The early path ways: theory to practice – a continuum", in Stankosky, M. (Ed.), *Creating the Discipline of Knowledge Management*, Elsevier, New York, NY, pp. 15-20.

Izračuni, grafovi i tablice se moraju staviti na njihovo odgovarajuće mjesto u tekstu. Numeriraju se uzastopno brojevima sa pripadajućim nazivom, koji se nalazi na gornjem lijevom kutu izračuna, grafa ili tablice.



VISOKA
POSLOVNA
ŠKOLA
ZAGREB

ZAGREB
SCHOOL
OF
BUSINESS



F. Rocco

Fedor Rocco

Druga međunarodna
znanstveno-stručna konferencija
iz područja marketinga i
komunikacija

TEMA: Život u digitalnom dobu:
DRUŠTVENI ASPEKTI

ORGANIZATOR:
Visoka poslovna škola Zagreb
Zagreb, 18. ožujka 2016.

Second International
Scientific and
Professional Conference
Marketing & Communications

THEME: Living in a Digital World:
SOCIAL ASPECTS

ORGANIZER:
Zagreb School of Business
Zagreb, March 18, 2016

NOTES FOR AUTHORS

Papers should be sent to the Organizing committee via e-mail to **konferencija@vpsz.hr**.

Submitted papers should be original contributions and should not be under consideration for any other publication at the same time. They should be written in the English or Croatian language using Microsoft Word. The author must ensure that it is complete, grammatically correct and without spelling or typographical errors. The authors are responsible for language editing. The submitted texts should be comprised of 2500 to 4000 words (without summary and literature) typed according to the instructions below:

Font: Times New Roman, size 12; **Line spacing:** 1,15; **A4 Format** (297x210 mm); **Page Setup: Margins:** top 2,5 cm, bottom 2,5 cm, left 2,5 cm, right 2,5 cm; **Layout:** header 4 cm, footer 4 cm.

The cover page: must list the authors' names, their titles, positions, full addresses of their institutions, telephone, fax and e-mail address

Title: of the paper should be clear, concise and informative

Abstract comprising between 200 and 400 words should include:

- Central topic or hypothesis: what question(s) will be addressed?
- Approach and methodology: how will the question(s) be addressed?
- Results, Implications and Value.

The methodological orientation must be clearly articulated. The abstract should be accompanied by 3-7 key words pertinent to the principal topics of the paper, suitable for indexing and online search purposes.

References to other publications must be in Harvard style and carefully checked for completeness, accuracy and consistency. In the text references must be included using Harvard "author-date" system of citation, e.g. (Jackson 2004, 176) or (Jackson and Miller 2005, 26). At the end of the paper a reference list in alphabetical order should be supplied. Examples:

- **Journal article:** Surname, Initials (year), "Title of article", *Journal Name*, volume, number, pages.
e.g. Capizzi, M.T. and Ferguson, R. (2005), "Loyalty trends for the twenty-first century", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22 No. 2, pp. 72-80.
- **Book:** Surname, Initials (year), *Title of Book*, Publisher, Place of publication.
e.g. Harrow, R. (2005), *No Place to Hide*, Simon & Schuster, New York, NY.
- **Book chapter:** Surname, Initials (year), "Chapter title", Editor's Surname, Initials, *Title of Book*, Publisher, Place of publication, pages.
e.g. Calabrese, F.A. (2005), "The early pathways: theory to practice – a continuum", in Stankosky, M. (Ed.), *Creating the Discipline of Knowledge Management*, Elsevier, New York, NY, pp. 15-20.

Figures, graphs, tables are to be inserted in their proper location in the text. They should be numbered consecutively in Arabic numeral and given a suitable caption, which should be located in the upper left corner of the figure, graph or table.