https://repozitorij.efzg.unizg.hr/en/user/profile/mbz/257542

Time of export: 28.03.2024. 21:48:06
Repository: repozitorij.efzg.unizg.hr
Number of records on this URL: 115
Records exported: 100

Title	URL	Authors	Host item title
Stavovi o vizualnom sadržaju turističkih destinacija na Instagramu		Legin, Lea	
Uloga personalizacije sadržaja na društvenim medijima u percepciji kvalitete i lojalnosti marki		Domazet, Marko	
Primjena alata umjetne inteligencije u oglašavanju na internetskim pretraživačima		Odak, Mislav	
Interna percepcija marke poslodavca u industriji zrakoplovnih poduzeća		Stržak, Dorian	
Mogućnosti primjene umjetne inteligencije u digitalnom marketingu		Prekratić, Stela	
Percepcija kulture otkazivanja među potrošačima u Republici Hrvatskoj		Dujmović, Eugen	
Uloga oblikovanja korisničkog sučelja u kvaliteti korisničkog iskustva kod e-prodavaonica		Resler, Matej	
Percepcije potrošača o marketingu sadržaja marke u djelatnosti mode		Potrebica, Ivan	
Primjena marketinga sadržaja u razvoju esport industrije		Mršić, Antun	
Primjena sadržaja kojeg stvaraju korisnici u marketinškoj komunikaciji turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj		Bakalović, Nika	
Uloga kratkih videozapisa kao oblika sadržaja u marketingu sadržaja		Sladoljev, Adrijana	
Stavovi o razvoju turizma u turističkoj destinaciji Kalnik s obzirom na generacijsku pripadnost		Pugar, Iva	
Iskustva menadžera u djelatnosti događaja s marketingom sadržaja		Marković, Ivan	
Istraživanje motiva potrošača u angažmanu na profilima marki na društvenim mrežama		Prpić, Tena	
Percepcija marketinških stručnjaka o ulozi digitalnih sadržaja na poslovnom tržištu		Cvijanović, Katarina	
Perspektiva krajnjih potrošača o aktivnostima e-mail marketinga te percipiranim promjenama uslijed pandemije Covid-19		Ljuban, Leonarda	
Specifičnosti ponude vrijednosti utjecajnih osoba		Dujić, Ana-Marija	

Stavovi potrošača prema oglašavanju povezanom s društvenim pokretima		Škrnički, Lucija	
Strategije korporativnih blogova kao dio marketinga sadržaja na poslovnom tržištu		Vnučec, Ivana	
Uloga elektroničke usmene predaje u procesu donošenja odluke o kupnji mobilnih uređaja putem interneta		Ludaš, Sara	
Uloga različitih vrijednosti sadržaja kod upravljanja sadržajem marke u digitalnom okruženju		Lisac, Lea	
Uloga umjetne inteligencije u kreativnim aspektima marketinške komunikacije		Merle, Petra	
Utjecaj negativnih recenzija na proces donošenja odluke o rezervaciji hotelskog smještaja putem Interneta		Pervan, Barbara	
Specifičnosti marketinga sadržaja i oglašavanja marki farmaceutskih proizvoda na društvenim medijima		Vori, Mario	
Stavovi potrošača generacije Z o kupnji putem interneta		Glasnović, Antun	
Uloga atmosfere mobilne aplikacije kod namjere kupnje modnih proizvoda		Matić, Ružica	
Uloga humora u angažmanu potrošača na društvenim mrežama		Glasnović, Ivan	
Uloga čimbenika NFC mobilnog plaćanja u stvaranju lojalnosti generacije Z prema trgovcima		Matić, Tomislav	
Korištenje utjecajnih osoba u marketinškoj komunikaciji luksuznih proizvoda na društvenim medijima		Žalac Javor, Maja	
Uloga glazbe u iskustvu posjete virtualnom muzeju		Karabatić, Karla	
Uloga principa utjecaja u kontekstu digitalnog marketinga		Bogojević, Tea	
Uloga sadržaja kojeg stvaraju korisnici na društvenim medijima u odabiru turističke destinacije		Babić, Tena	
Uloga vanjskih obilježja proizvoda u namjeri kupnje vina hrvatskih vinskih regija		Drveni, Marinela	
Stavovi generacije Z o elektroničkoj trgovini prilikom kupovine odjevnih predmeta		Posavac, Lorena	
Identifikacija motiva korištenja i čimbenika angažmana sa sadržajem virtualnih zajednica marke na Facebooku		Torinek, Mia	
Optimizacija korisničkog iskustva na web prodavaonicama putem 10 Nielsenovih heuristika upotrebljivosti		Kuzmić, Martina	
Istraživanje stavova potrošača o remarketing oglasima na društvenim medijima		Drešar, Sara	
Uloga motiva kupnje i privlačnosti platforme kod zadovoljstva korisnika prilikom online kupovine hrane		Sučić, Hrvoje	
Uloga marketinga na društvenim medijima u razvoju svijesti o marki i lojalnost marki		Ravlić, Karla	
Istraživanje zadovoljstva kupaca personaliziranih proizvoda		Pašić, Ema	
Utjecaj inovativnosti zelenog marketinga na zeleni imidž, identifikaciju s markom, usmenu predaju i spremnost plaćanja veće cijene za hotelsku uslugu		Vlahović Mlakar, Tea Silvia	

Istraživanje razloga nekorištenja plaćenih verzija usluga temeljenih na internet tehnologiji među generacijom Z u Hrvatskoj		Landeka, Ivan	
Zabrinutost za privatnost pri korištenju usluge mobilnog bankarstva		Oštir, Zrinka	
Stavovi potrošača prema učestalosti prikazivanja oglasa u digitalnom okruženju		Davidović Boljkovac, Iris	
Razina primjene digitalnog marketinga u poslovanju malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj		Kuzmić, Taja	
Stavovi potrošača prema proširenjima marke zelenim proizvodima		Pavleković, Andrea	
ULOGA TEHNIKE UVIDA U KORISNIKE U PROCESU OBLIKOVANJA KORISNIČKOG ISKUSTVA U DIGITALNOM OKRUŽENJU		Luketić, Brigita	
OČEKIVANJA I CILJEVI DIGITALNOG MARKETINGA U SPONZORIRANJU HRVATSKIH SPORTSKIH SUBJEKATA		Rešetar, Tin	
Percepcija posjetitelja o čimbenicima kvalitete usluge na glazbenim festivalima u Republici Hrvatskoj		Filipović, Ivan Kazimir	
Uloga online recenzija u procesu donošenja odluke o kupnji proizvoda u modnim aplikacijama		Marković, Petra	
Uloga društvenih medija u komunikaciji marke sportske organizacije		Kramarić, Valentina	
Uloga komunikacije društveno odgovornog ponašanja na društvenim medijima u oblikovanju stava potrošača i namjeri elektroničke usmene predaje u kategoriji kozmetičkih proizvoda		Stupar, Petra	
STAVOVI GENERACIJE Z PREMA DIGITALNOM OGLAŠAVANJU NA INSTAGRAMU		Žinić, Anamaria	
Odrednice namjere kupnje polugotovih i gotovih prehrambenih proizvoda		Škreblin Borovčak, Tea	
ULOGA MOTIVA I ZNANJA KORISNIKA PRI KORIŠTENJU USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA TEMELJENOG NA KRIPTOVALUTAMA		Majurec, Manuel	
KRIZNA KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA U KOZMETIČKOJ INDUSTRIJI		Munđar, Stela	
ULOGA RECENZIJA KORISNIKA U PERCEPCIJI SIGURNOSTI PRILIKOM KUPOVINE ODJEĆE I MODNIH DODATAKA PUTEM INTERNETA		Wagmann, Lucija	
Potencijal prirodnog oglašavanja bezreceptnih proizvoda		Konta, Ivana	
Uloga povezanosti s markom i potaknute nostalgije u namjeri ponašanja u kategoriji igara i igračaka		Fuček, Petra	
Uloga sadržaja kreiranog od strane korisnika na društvenim mrežama pri odabiru pametnog telefona		Roje, Marko	
ULOGA HEDONISTIČKIH I UTILITARNIH MOTIVA PRI ONLINE I FIZIČKOJ KUPOVINI ODJEĆE I PREHRAMBENIH PROIZVODA		Lovrić, Ivana	
ČIMBENICI MARKETINGA UTJECAJNIH OSOBA KOJI POTIČU PRATITELJE NA FIZIČKU AKTIVNOST		Šipić, Antonia	

Ispitivanje zadovoljstva korisnika online platformi za dostavljanje hrane na području grada Zagreba		Nikić, Ivana	
Uloga percepcije regulatornog okvira i zabrinutosti za privatnost kod mladih potrošača prilikom kupovine u digitalnom okruženju		Blažeković, Petra	
Primjena umjetne inteligencije u kontekstu digitalnog marketinga		Horvat, Martina	
Uloga internog marketinga u izgradnji privrženosti zaposlenika marki poslodavca u hrvatskoj IT industriji		Banović, Matea	
Uloga tradicionalnih i društvenih medija u odabiru turističke destinacije od strane mladih turista		Kaurin, Stella	
PERCEPCIJA USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA KOD MLADIH KORISNIKA		Baltić, Dominik	
Promocijske aktivnosti glazbenika s ciljem stvaranja interesa i uzbuđenja prije lansiranja novog proizvoda		Mezak, Martina	
Čimbenici prihvaćanja mobilnih aplikacija za dostavu hrane od strane potrošača		Hrgovčić, Valentina	
Uloga korisničkih recenzija u percepciji sigurnosti kupnje u digitalnom okruženju		Stefanov, Matea	
ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U MARKETINŠKOJ KOMUNIKACIJI BANAKA		Kantolić, Katarina	
Tehnika pripovijedanja kod razvoja sadržaja u upravljanju markom		Ros, Antonio	
ULOGA AMBALAŽE U PERCEPCIJI SIGURNOSTI PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MAR		Štefanec, Tamara	
Uloga nostalgije u poticanju angažiranosti potrošača u digitalnom okruženju		Kolak, Ana-Marija	
Korištenje utjecajnih osoba u marketinškoj komunikaciji na društvenim medijima u kontekstu mladih potrošača		Herceg, Ivona	
ULOGA MOTIVA U SUDJELOVANJU NA HUMANITARNOM SPORTSKOM DOGAĐAJU NEPROFITNE ORGANIZACIJE		Radman, Ana	
Upravljanje sadržajem u kontekstu digitalnog marketinga na poslovnom tržištu		Guštin, Valentina	
ATRIBUCIJSKO MODELIRANJE U DIGITALNOM MARKETINGU TEMELJEM PODATAKA O KORIŠTENJU UREĐAJA		Vale, Sanja	
Promjene u obavljanju marketinških aktivnosti u organizacijama temeljem uvođenja Opće uredbe o zaštiti podataka		Babić, Marija	
Percepcija marketinških stručnjaka o ulozi utjecatelja u digitalnom marketingu		Stanić, Martina	
Percepcija učinkovitosti sponzoriranih objava utjecajnih pojedinaca na društvenim medijima		Parat, Marta	
Vrste percipiranog rizika kod korištenja usluga mobilnog plaćanja		Vakufac, Jasmin	
Percepcija mladih o muzejima u Republici Hrvatskoj		Bešlić, Stjepan	
Uloga dimenzija tržišne vrijednosti marke u odabiru globalnih i lokalnih marki piva		Šulc, Peter	
Uloga metodologije razvoja kreativnosti i inovativnosti (eng. design thinking) u prirodnom oglašavanju		Rončević, Bruno	

Marketing usluga riječkih muzeja		Cvetinović, Emanuela	
Korištenje društvenih medija od strane neprofitnih organizacija u kriznim situacijama		Marjanović, Tamara	
Razvoj područja direktnog i interaktivnog marketinga		Jagodić, Anja	
Specifičnosti marketinške komunikacije putem društvenih medija u djelatnosti bankarstvu		Skejo, Filip	
UČINKOVITOST BANNER OGLAŠAVANJA		Slavnić, Bojan	
Upravljanje markom destinacije		Todorić, Zvonimir	
Motivi za angažiranost potrošača u razvoju novog proizvoda u optičkoj industriji		Orešković, Anamarija	
Analiza utjecaja razine korištenja pojedinog alata on line komunikacije na zadovoljstvo potrošača odabranom destinacijom		Vašarević, Ivana	
Utjecaj percipiranog rizika i cjenovne osjetljivosti potrošača u odabiru privatne marke unutar kategorije proizvoda		Streny, Katarina	
Analiza čimbenika koji utječu na kredibilitet izvora u digitalnom okruženju		Vugec, Barbara	
Mobilni marketing u bankarskom sektoru		Posavčević, Kristian	
Utjecaj elektroničke komunikacije od usta do usta putem društvenih mreža na izbor restorana		Beg, Ivana	
Utjecaj podržavatelja na vjerodostojnost marke i tržišnu vrijednost marke		Pernarić, Dominik	
Uloga oznaka na proizvodima u izgradnji imidža marke		Slamar, Mihaela	
Analiza aktivnosti djece prilikom kupovine		Pejić, Lana	
KORIŠTENJE COOKIE TEHNOLOGIJE U INTERNETSKOM OGLAŠAVANJU		Janđel, Ivan Krešimir	
Opravljanje odnosima s klijentima u hotelskim lancima na primjenu hotela Baška d.d.		Parmać, Zoran	
Povezanost sila života sa stavom i namjerom kupnje privatnih marki prehrambenih proizvoda		Žalac, Nikolina	
UPRAVLJANJE RAZVOJEM PROIZVODA U DUHANSKOJ INDUSTRIJI		Hrvatin, David	
Uloga obilježja proizvida u percepciji kvalitete privatnih maraka		Karalić, Ljubica	
Istraživanje stavova o marki grada u funkciji upravljanja markom		Bedek, Ivan	
Krivotvorine i sklonosti potrošača njihovoj kupovini i korištenju		Vučić, Laura	
Percepcije menadžera o ulozi glazbe u marketingu usluga		Novak, Sanja	
Povezanost iskustva s markom na društvenim mrežama s namjerom ponašanja potrošača		Šulc, Marija	

Analiza utjecaja percipirane korisnosti i hedonističkog zadovoljstva na razinu korištenja društvenih mreža		Ugljarević, Matea	
Mobilni marketing temeljen na lokacijskim uslugama		Šturman, Filip	
Razvijenost društvene elektroničke trgovine u Republici Hrvatskoj		Markić, Ante	
Utjecaj izvora informacija na karakteristike procesa donošenja odluke o kupovini putem interneta		Krdžalić, Ines	
Analiza utjecaja dominantne filozofije web stranice na stavove potrošaća o web stranici		Pandžić, Mario	