https://repozitorij.efzg.unizg.hr/en/user/profile/mbz/265372

Time of export: 28.03.2024. 21:28:08
Repository: repozitorij.efzg.unizg.hr
Number of records on this URL: 57
Records exported: 57

Title	URL	Authors	Host item title
Uloga društvenih medija u prikupljanju sredstava neprofitnih organizacija		Perhat, Lorena	
Utjecaj povezujućeg društvenog kapitala članova sportskog kluba na stavove članova o klubu		Devunić, Mihael	
Utjecaj inovativnih digitalnih alata u internim komunikacijama poduzeća		Vareško, Karla	
Čimbenici koji utječu na percipiranu vrijednost korištenja glazbenih streaming servisa		Kerep, Petra	
Neuromarketing: igniting consumer emotions for enhanced market performance		Tišma, Tamara	
Impact of artificial intelligence on digital marketing		Radaković, Mia	
The role of open innovation and absorptive capacity in new product development performance in the Republic of Croatia		Obradović Posinković, Tena	
Analiza čimbenika koji utječu na prihvaćanje novog proizvoda		Jelaska, Lovro	
Impact of Digitalization on Marketing Practices		Javor, Filip	
PERCIPIRANI UTJECAJ UTJECAJNIH OSOBA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA NA PROCES DONOŠENJE ODLUKE O KUPOVINI		Dragoje, Ivana	
Percipirani utjecaj umjetne inteligencije na iskustvo potrošača		Žili, Lana	
Primjena teorije igara u odlučivanju o marketinškim strategijama		Lekić, Braslav	
Specifičnosti marketinških strategija na tržištu medicinskih tehnoloških proizvoda		Stojić, Antonio	
Using loyalty programs as tools of marketing		Raos, Hrvoje	
The role of disruptive innovation in the development of luxury watch industry		Čukman, Marko	
Impulsive buying behaviour and the influencing factors		Radlović, Dora	
INOVACIJE POSLOVNIH MODELA NA TRŽIŠTU LUKSUZNIH PROIZVODA		Lacić, Jakov	

Implikacije tehnologije umjetne inteligencije na oglašavanje putem digitalnih medija		Lacković, Klara	
UTJECAJ ZEMLJE PODRIJETLA NA OČEKIVANU KVALITETU OBRAZOVNE USLUGE		Plašć, Monika	
UTJECAJ DRUŠTVENOG DISTANCIRANJA NA NAČIN KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA KOD PRIPADNIKA GENERACIJE Y		Šulić, Emma	
Korištenje društvenih mreža u komunikaciji neprofitnih organizacija		Kozlek, Silvija	
Uloga stava o turističkoj destinaciji u pojedinim fazama procesa donošenja odluke o sudjelovanju na poslovnom događaju		Buljan, Marijan	
Uloga razvoja digitalnih tehnologija u procesu donošenja odluke o kupovini		Bučić, Domagoj	
Uloga digitalnih platformi u razvoju ekonomije dijeljenja		Cicvarić, Mihaela	
Analiza percipiranog utjecaja komunikacije putem utjecajnih osoba na namjeru kupovine kozmetičkih proizvoda		Puhalo, Mihaela	
Izgradnja percepcijskog monopola kroz upravljanje iskustvom potrošača u kontekstu nediferenciranih proizvoda		Keleminić, Kristijan	
Komparativna analiza uloge umjetne inteligencije u procesu odlučivanja o kupovini		Cetina, Christian Juraj	
Uloga društvenih mreža u procesu donošenja odluke o turističkoj destinaciji		Radonić, Bernard	
Uloga pripovijedanja iz perspektive marke (eng. brand storytelling) u angažiranosti potrošača na društvenim medijima		Jurak, Martina	
Uloga umjetne inteligencije u organizacijskoj strukturi ambideksterne organizacije		Nemčić, Tin	
Uloga umjetne inteligencije u procesu donošenja odluke o kupovini		Kesić, Alen	
Utjecaj emocionalnih i racionalnih apela na stav potrošača o marki deterdženta		Grđan, Marija	
Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na uključenost pratitelja društvenih stranica sportskih klubova		Horvat, Kristina	
Komparativna analiza stavova o oglasima na Facebooku i Instagramu s obzirom na životnu dob korisnika te intenzitet korištenja društvenih mreža		Stipić, Anđa	
Uloga marketinške komunikacije putem digitalnih platformi u procesu odabira poslodavca		Dražetić, Monika	
Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na percepiju poslodavca		Vlatković, Patricia	
Strategije diferencijacije radijskih postaja na radijskom tržištu Republike Hrvatske		Bijelić, Marko	

Utjecaj sadržaja na društvenim medijima nacionalnih turističkih zajednica na angažiranost potrošača i namjeru posjeta odredištu		Vidić, Gabrijela	
Istraživanje primjene digitalnog marketinga u hrvatskoj poslovnoj praksi		Ivančić, Iva	
ISTRAŽIVANJE UTJECAJA INOVATIVNOSTI USLUGA AVIOPRIJEVOZNIKA NA LOJALNOST PUTNIKA PRVE KLASE		Dujić, Lina	
Utjecaj prikupljanja osobnih podataka i povjerenja prema web stranici na zabrinutost za privatnost u online okruženju		Strinavić, Matea	
ULOGA KO-KREGACIJE U STVARANJU LOJALNIH ODNOSA IZMEĐU POTROŠAČA I PODUZEĆA		Šimunović, Martina	
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	
Analiza utjecaja naglašenosti pozicioniranja marke u sadržaj i stava prema sadržaju na stav potrošača prema komuniciranoj marki		Krstić, Ana	
Analiza utjecaja karakteristika procesa donošenja odluke o kupovini na zadovoljstvo potrošača odabirom		Živković, Fran	
STRATEŠKI NASTUP NA TRŽIŠTU KREATIVNIH PROIZVODA		Stipić, Mislav	
Analiza utjecaja percipirane korisnosti i hedonističkog zadovoljstva na razinu korištenja društvenih mreža		Ugljarević, Matea	
Razlika neuromarketinškog pristupa i mjerenja percepcije u evaluaciji oglasa		Benzon, Martina	
Razvijenost društvene elektroničke trgovine u Republici Hrvatskoj		Markić, Ante	
Studija Miles i Snow tipologije na primjeru tržišta deterdženata za pranje rublja U Hrvatskoj		Lakić, Ana	
Uloga sponzorstva u upravljanju markom u bankarskom sektoru		Kokan, Marija	
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	
Utjecaj prikrivenog oglašavanja na percepcije djece kao potrošača		Vrbanec, Emilija	
Apel na strah i njegov utjecaj na potrošače		Novak, Simona	
Strategija pozicioniranja sponzorstvima na televiziji		Pelko, Zvonimir	