

Vrijeme izvoza: 26.04.2024. 13:10:13

Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 62

Broj izvezenih zapisa: 62

| Naslov                                                                                                                                                                                                          | URL | Autori                              | Naslov izvornika |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------------------------------------|------------------|
| Uloga stavova djece i roditelja u kupovini prehrambenih proizvoda                                                                                                                                               |     | Gaćeša, Dora                        |                  |
| Utjecaj intervencija na promjenu stavova i ponašanje djece od 6 i 9 godina pri izboru prehrambenih proizvoda                                                                                                    |     | Skala, David                        |                  |
| Razlike u stavovima prema vanjskom oglašavanju u sportu na primjeru nogometnih dresova obzirom na generacijsku pripadnost                                                                                       |     | Medek, Tom                          |                  |
| Interna percepcija marke poslodavca u industriji zrakoplovnih poduzeća                                                                                                                                          |     | Stržak, Dorian                      |                  |
| Istraživanje stavova generacije Y prema oglašavanju putem utjecajnih osoba                                                                                                                                      |     | Jerger, Petra                       |                  |
| Izazovi primjene kontroverznog oglašavanja iz perspektive poduzeća                                                                                                                                              |     | Bračun, Sara                        |                  |
| Analiza vjerodostojnosti društvenih mreža kao izvora komunikacije Vlade Republike Hrvatske                                                                                                                      |     | Lehpaner, Laura                     |                  |
| Uloga društvenih mreža u čitanosti internetskih portala                                                                                                                                                         |     | Redžepagić, Hannan                  |                  |
| Povezanost događanja i angažiranosti potrošača                                                                                                                                                                  |     | Lešić, Vana                         |                  |
| Učinak društvenih mreža na povezanost potrošača s luksuznim markama                                                                                                                                             |     | Miše, Margita                       |                  |
| Povezanost osobina ličnosti i strategija suočavanja sa stresom                                                                                                                                                  |     | Stanić, Ivana                       |                  |
| Doprinos interne komunikacije razvoju marke poslodavca                                                                                                                                                          |     | Špoljarić, Anja                     |                  |
| Plan upravljanja istraživačkim podacima projekta (Učinak digitalizacije interne komunikacije na zadovoljstvo internom komunikacijom, angažiranost zaposlenika i, posljedično, percipirano zadovoljstvo životom) |     | Špoljarić, Anja; Tkalac Verčić, Ana |                  |
| Uloga promocije u organizaciji glazbenih festivala u Republici Hrvatskoj                                                                                                                                        |     | Fulanović, Tena                     |                  |
| Impact of online advertising on purchasing decision of consumers of generation Z                                                                                                                                |     | Samec, Sara                         |                  |
| Povezanost oglašavanja na društvenim mrežama s donošenjem odluka o kupovini generacije Z                                                                                                                        |     | Ljubičić, Zrinka                    |                  |
| Stavovi potrošača o prikrivenom oglašavanju na "video na zahtjev" platformama                                                                                                                                   |     | Gorički, Lucija                     |                  |

|                                                                                                                                                |  |                          |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------|--|
| Utjecaj prikrivenog oglašavanja na namjeru kupnje na primjeru južnokorejskih serija                                                            |  | Višić, Antonela          |  |
| Potencijal prirodnog oglašavanja bezreceptnih proizvoda                                                                                        |  | Konta, Ivana             |  |
| Povezanost oglašavanja na društvenim mrežama i lojalnosti potrošača                                                                            |  | Mataušić, Lucija         |  |
| Stavovi prema apelu na seks u oglasima s obzirom na generacijsku pripadnost                                                                    |  | Banek, Leo               |  |
| Društveno-ekonomski čimbenici zadovoljstva i uspješnosti na radu u uvjetima rada od kuće za vrijeme zatvaranja uzrokovanog COVID-19 pandemijom |  | Telišman, Amalija        |  |
| Komunikacija neprofitnih organizacija prema osobama s invaliditetom                                                                            |  | Folnegović, Marko        |  |
| Krizno komuniciranje i istraživanje povjerenja u masovne medije u Republici Hrvatskoj                                                          |  | Jurić, Dina              |  |
| Različitost utjecaja apela na humor na stav s obzirom na spol                                                                                  |  | Roginić, Beatrice        |  |
| Social Media's Role in Public Relations in Croatia                                                                                             |  | Gluhaković, Vanessa      |  |
| Usporedba utjecaja emocionalnih i racionalnih apela na kupnju luksuznih proizvoda                                                              |  | Varićak, Tea             |  |
| Zaposlenici kao ambasadori marke poslodavca                                                                                                    |  | Perić, Maja              |  |
| Analiza korištenja društvenih mreža u oglašavanju malih i srednjih poduzeća na poslovnom tržištu u Hrvatskoj                                   |  | Komar, Filip             |  |
| Korištenje utjecajnih osoba u marketinškoj komunikaciji na društvenim medijima u kontekstu mladih potrošača                                    |  | Herceg, Ivona            |  |
| Utjecaj sustava upravljanja idejama kroz internu komunikaciju na zadovoljstvo zaposlenika u poduzeću iz rent-a-car industrije                  |  | Parilac, Petar           |  |
| Analiza stavova roditelja o rodnim stereotipima u oglašavanju usmjerenom djeci                                                                 |  | Pavičić, Ana             |  |
| Promocija društvene odgovornosti poduzeća kroz strateška partnersta                                                                            |  | Šmuc, Matea              |  |
| Primjena metoda evaluacije aktivnosti odnosa s javnošću u hrvatskim komunikacijskim agencijama                                                 |  | Bojić, Luka              |  |
| Utjecaj oglašavanja putem utjecajnih osoba na stav prema oglasu kod potrošača koji pripadaju generaciji Z                                      |  | Tolić, Tea               |  |
| Upravljanje kampanjom odnosa s javnošću u hrvatskim muzejima                                                                                   |  | Pastuović, Ana           |  |
| Ispitivanje zadovoljstva internom komunikacijom unutar kreativnih marketinških agencija u Hrvatskoj                                            |  | Horvat, Patrik           |  |
| Mišljenja hrvatskih potrošača o marketinškim aktivnostima ko-kreacije u glazbenoj industriji                                                   |  | Slović, Marija Magdalena |  |
| Povezanost društvenih medija s donošenjem odluka o kupovini generacije y                                                                       |  | Menjak, Marija           |  |

|                                                                                                  |  |                    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------|--|
| Pronalaženje najpovoljnijeg oblika integrirane marketinške komunikacije maloprodavača            |  | Tumpak, Ivana      |  |
| Uloga marketinških aktivnosti u sportskim događanjima                                            |  | Vidić, Anika       |  |
| Utjecaj stavova i preferencija mladih potrošača na učestalost i namjeru kupovine putem interneta |  | Vugić, Bernarda    |  |
| Stavovi potrošača prema oglašavanju putem sporta, sportaša i sportskih događaja                  |  | Zečević, Petra     |  |
| Odnos crta osobnosti i sustava nagrađivanja                                                      |  | Avdagić, Lejla     |  |
| Stavovi generacije X i generacije Y prema kontroverznom oglašavanju                              |  | Juras, Maja        |  |
| Primjena novih medija u komunikaciji s pripadnicima generacije Y                                 |  | Stanojević, Sabina |  |
| Pravo oglašavanja u kontekstu zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji          |  | Čavka, Petra       |  |
| ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI VLADE REPUBLIKE HRVATSKE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA                |  | Horvat, Karmela    |  |
| Korištenje glazbe u emocionalnim apelima                                                         |  | Ožbolt, Lana       |  |
| Korištenje prikrivenog oglašavanja u filmu                                                       |  | Božinović, Ivana   |  |
| Krizno komuniciranje u planovima upravljanja poslovnog kontinuiteta                              |  | Keranović, Erna    |  |
| Povezanost odnosa s javnošću i društvene odgovornosti velikih poduzeća u Republici Hrvatskoj     |  | Gadanec, Jelena    |  |
| Uloga reputacije poslodavca u zadržavanju talenata                                               |  | Jularić, Mia       |  |
| Zastupljenost digitalnih medija u marketinškoj komunikaciji malih i srednje velikih poduzeća RH  |  | Čalić, Josipa      |  |
| Povezanost marketinške strategije i organizacijske strukture                                     |  | Kajkić, Marijana   |  |
| Utjecaj karakteristika poduzeća na percipirani imidž poduzeća kao poželjnog poslodavca           |  | Raguž, Zrinka      |  |
| ETIČKA PITANJA U OGLAŠAVANJU                                                                     |  | Kršul, Lana        |  |
| Utjecaj prikrivenog oglašavanja na percepcije djece kao potrošača                                |  | Vrbanec, Emilija   |  |
| Osobnost marke na poslovnom tržištu: perspektiva interne javnosti                                |  | Rašica, Iva        |  |
| Apel na strah i njegov utjecaj na potrošače                                                      |  | Novak, Simona      |  |
| Strategija pozicioniranja sponzorstvima na televiziji                                            |  | Pelko, Zvonimir    |  |
| Promocija mikro i malih poduzeća internetskim marketingom                                        |  | Karol Krog, Tamara |  |