

Vrijeme izvoza: 26.04.2024. 15:27:21

Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 65

Broj izvezenih zapisa: 65

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Utjecaj demografskih karakteristika generacije Z na aktivnu i pasivnu prisutnost na društvenim mrežama		Habek, Bruna	
Utjecaj smještanja proizvoda na stav o sadržaju		Borko, Lucija	
Uloga društvenih medija u prikupljanju sredstava neprofitnih organizacija		Perhat, Lorena	
Utjecaj inovativnih digitalnih alata u internim komunikacijama poduzeća		Vareško, Karla	
Čimbenici koji utječu na percipiranu vrijednost korištenja glazbenih streaming servisa		Kerep, Petra	
Važnost zemlje podrijetla proizvoda za cjenovnu osjetljivost potrošača		Jugović, Monika	
Stavovi potrošača o kupovini luksuznih marki putem interneta		Tadić, Anamarija	
Uloga analiza vanjskog okruženja digitalnog marketinga u modnoj industriji		Mudrinić, Željka	
Mjerenje uspješnosti marke Hrvatska na temelju metodologije „Nation Brands Index“		Kunštić, Leonarda	
Zemlja proizvodnje kao odrednica percepcije luksuznosti marke		Budiša, Ana	
Prognostička analiza prodaje električnih vozila u Europskoj uniji uslijed pandemije Covid-19		Lisica, Antonia	
Uloga osobnosti, vanjskog prestiža i reputacije u razvoju imidža marke u visokoškolskom obrazovanju		Pandžić, Lucija	
Analiza čimbenika koji utječu na prihvaćanje novog proizvoda		Jelaska, Lovro	
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	
The impact of brand name characteristics on creating brand perception		Čukman, Marko	
Izgradnja marke turističke destinacije kroz organizaciju sportske manifestacije		Antolović, Antonio	

Specifičnosti marketinških strategija na tržištu medicinskih tehnoloških proizvoda		Stojić, Antonio	
Razlozi formiranja i ponašanje potrošačkih "plemena" na primjeru kolekcionara gramofonskih ploča		Lalić, Marin	
VAŽNOST ZEMLJE PODRIJETLA U PERCEPCIJI KVALITETE SOFTVERA KOD POSLOVNIH KORISNIKA		Šiljeg, Anđelina	
Čimbenici lojalnosti marki zračnih prijevoznika kod turističkih i poslovnih korisnika		Zelenika, Iva	
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		Plašč, Monika	
ULOGA AMBALAŽE U PERCEPCIJI SIGURNOSTI PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MAR		Štefanec, Tamara	
ULOGA ZADOVOLJSTVA I POVEZANOSTI S MARKOM U IZGRADNJI LOJALNOSTI MARKI PAMETNIH TELEFONA		Lovrić, Aleksandra	
Utjecaj osobnosti marke na izgradnju lojalnosti nostalgičnim markama		Čičak, Katarina	
Uloga zadovoljstva markom, povezanosti s markom i lojalnosti marki u sklonosti potrošača zagovaranju luksuzne marke		Korać, Antonela	
ULOGA ODABRANIH MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI U KREIRANJU TRŽIŠNE VRIJEDNOSTI MARKE U KATEGORIJI DETERDŽENATA		Zabrdja, Irena	
Istraživanje čimbenika pri odabiru marke osobnog automobila		Ivanišević, Petra	
Važnost zemlje podrijetla u percepciji luksuznosti marke		Tomić, Ivana Ana	
Uloga digitalnih platformi u razvoju ekonomije dijeljenja		Cicvarić, Mihaela	
Materijalizam, statusna potrošnja i neovisnost potrošača u procesu kupnje		Šantić, Matea	
Izgradnja percepcijskog monopola kroz upravljanje iskustvom potrošača u kontekstu nediferenciranih proizvoda		Keleminić, Kristijan	
SKLONOST POTROŠAČA OSTAVLJANJU DODATNOG NOVČANOG IZNOSA ZA PRUŽENU USLUGU U RESTORANIMA		Koledić, Ivona	
Uloga umjetne inteligencije u procesu donošenja odluke o kupovini		Kesić, Alen	
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	

Zemlja podrijetla kao odrednica percepcije kvalitete proizvoda		Malogorski, Mateja	
Uloga urbanih ikona u razvoju marke grada		Bašić, Anja	
Uloga dimenzija tržišne vrijednosti marke u odabiru globalnih i lokalnih marki piva		Šulc, Peter	
Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na percepciju poslodavca		Vlatković, Patricia	
Marketing usluga riječkih muzeja		Cvetinović, Emanuela	
Unaprjeđenje strategije konkurentskog pozicioniranja poduzeća primjenom marketinške revizije		Cvitanović, Petra Leonora	
Obilježja potrošača koja utječu na stav prema krivotvorinama		Bašić, Robert	
Upravljanje marketingom nacionalnih i parkova prirode u funkciji izgradnje imidža zemlje kao turističke destinacije		Malešević, Kristina	
Etnocentrizam hrvatskih potrošača prilikom izbora prehrambenih proizvoda		Gašpar, Andreja	
Kriteriji odabira pametnih telefona na primjeru generacije Y		Mijatović, Anđelka	
Upravljanje markom destinacije		Todorić, Zvonimir	
Utjecaj perifernih motivatora kao marketinških alata na posttransakcijsku lojalnost davatelja krvi		Blažević, Zrinka	
Ekološka odgovornost mladih potrošača i namjera kupnje električnih automobila		Slukan, Ana-Marija	
Izgradnja snažne marke kroz emocionalnu povezanu s potrošačem		Dražić, Mirela	
Luksuzna marka destinacije		Dobra, Andreja	
Utjecaj povijesnih događanja na imidž marke grada		Dolić, Marina	
Značaj zemlje podrijetla pri odluci o kupovini različitih kategorija proizvoda		Arežina, Daria	
DRUŠTVENO ODGOVORAN MARKETING NA PRIMJERU HRVATSKIH DRUŠTAVA ZA OSIGURANJE		Bjelkanović, Antonio	
Integriranost elemenata imidža zemlje u izgradnji identiteta marke proizvoda		Marinić, Milena	
Čimbenici koji utječu na namjeru kupovine ekoloških proizvoda - kontekst hrvatskih i švedskih potrošača		Dropulić, Branka	
Istraživanje stavova o marki grada u funkciji upravljanja markom		Bedek, Ivan	
Percepcije menadžera o ulozi glazbe u marketingu usluga		Novak, Sanja	
Uloga sponzorstva u upravljanju markom u bankarskom sektoru		Kokan, Marija	
Percepcija studentske populacije o privatnim markama prehrambenih proizvoda		Ivančić, Matija	

Osobnost marke na poslovnem tržištu: perspektiva interne javnosti		Rašica, Iva	
The role of expatriate managers in multinational companies reverse knowledge transfer		Vlajčić, Davor	