https://repozitorij.efzg.unizg.hr/en/user/profile/mbz/246604

Time of export: 29.03.2024. 13:15:17
Repository: repozitorij.efzg.unizg.hr
Number of records on this URL: 190
Records exported: 100

Title	URL	Authors	Host item title
Analiza utjecaja ambalaže i životnog stila na kupovinu prehrambenih proizvoda kod generacija Y i Z		Boljanović Rojka, Lara	
Uloga društvenih mreža prilikom odlučivanja potrošača pripadnika generacije Z o odabiru turističke destinacije		Janković, Karla	
Utjecaj stavova o etičnosti online maloprodaje na povjerenje potrošača		Slišković, Ana	
Uloga digitalne prisutnosti trgovačkih lanaca na društvenim medijima u namjeri kupnje potrošača generacije Z		Cikoja, Franka	
Stavovi i cjenovna osjetljivost potrošača u kategoriji održivih modnih proizvoda		Vučković, Stefanie Anna	
Uloga personalizacije sadržaja na društvenim medijima u percepciji kvalitete i lojalnosti marki		Domazet, Marko	
Povezanost utjecajnih osoba s preferencijama potrošača u industriji električnih uređaja za osobnu njegu		Žunec Veliki, Kristijan	
Stavovi, percipirane koristi i percipirani rizici kao odrednice namjere kupnje rabljene odjeće		Cirimotić, Ivona	
Uloga kredibiliteta utjecajnih osoba u oblikovanju stavova i namjeri kupnje njihovih proizvoda i usluga		Marolin, Tea	
Stavovi i namjere ponašanja potrošača u kategoriji organskih prehrambenih proizvoda		Kralj, Marta	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje marke u kategoriji proteinskih suplemenata		Jančik, Karla	
Stavovi djece prema zdravoj hrani te njihova povezanost s izborom hrane i gledanjem televizije		Bajcer, Lucija	
Primjena alata umjetne inteligencije u oglašavanju na internetskim pretraživačima		Odak, Mislav	
Impulzivno kupovno ponašanje potrošača i preferencije načina plaćanja		Romek, Lorena	
Lojalnost potrošača i percipirani troškovi promjene teleoperatera		Sabolek, Petar	
Stilovi odlučivanja muških potrošača u kupnji pametnih telefona		Ćorić, Jela	
Uloga društvenih mreža u procesu odabira turističkog smještaja kod pripadnika generacija X, Y i Z		Jurović, Pavla	
Uloga oblikovanja korisničkog sučelja u kvaliteti korisničkog iskustva kod e-prodavaonica		Resler, Matej	

Percepcije potrošača o marketingu sadržaja marke u djelatnosti mode		Potrebica, Ivan	
Percipirane koristi u kupnji zelenih proizvoda među generacijom Z		Sladović, Maja	
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	
Zadovoljstvo pacijenata uslugama javnih i privatnih zdravstvenih ustanova		Živković, Klara	
Upoznatost potrošača s pojmom ekomanipulacije (greenwashinga) u marketingu		Zemljić, Ivana	
Utjecaj povezujućeg društvenog kapitala članova sportskog kluba na stavove članova o klubu		Devunić, Mihael	
Analiza percepcije potrošača o brzoj hrani		Ružić, Ela	
Iskustva menadžera u djelatnosti događaja s marketingom sadržaja		Marković, Ivan	
Istraživanje motiva potrošača u angažmanu na profilima marki na društvenim mrežama		Prpić, Tena	
Stavovi potrošača prema oglašavanju povezanom s društvenim pokretima		Škrnički, Lucija	
Uloga elektroničke usmene predaje u procesu donošenja odluke o kupnji mobilnih uređaja putem interneta		Ludaš, Sara	
Uloga umjetne inteligencije u kreativnim aspektima marketinške komunikacije		Merle, Petra	
Utjecaj inovativnih digitalnih alata u internim komunikacijama poduzeća		Vareško, Karla	
Utjecaj negativnih recenzija na proces donošenja odluke o rezervaciji hotelskog smještaja putem Interneta		Pervan, Barbara	
Čimbenici koji utječu na percipiranu vrijednost korištenja glazbenih streaming servisa		Kerep, Petra	
Uloga ambalaže u percepciji rizika privatnih marki kozmetičkih proizvoda		Švenda, Anamarija	
Uloga percipiranog kredibiliteta utjecajnih osoba u namjeri kupnje modnih proizvoda na digitalnim platformama		Džalto, Sara	
Motivi kupnje, potrošačeva uključenost i vrjednujući kriteriji pripadnika generacije Z prilikom kupnje božićnih poklona		Petrović, Iva	
Uloga principa utjecaja u kontekstu digitalnog marketinga		Bogojević, Tea	
Uloga projekata Europske unije u jačanju financijskih kapaciteta neprofitnih organizacija		Čačković, Terezija	
Uloga dimenzija percipirane vrijednosti u namjeri kupnje proizvođačkih i premijskih privatnih maraka bombonijera		Russo, Beatrice Maria	

Percepcija korisnika o mobilnim aplikacijama za zdravlje		Klaić, Klara	
Uloga elemenata fizičkog okruženja prodajnog mjesta u namjeri kupnje		Budanović, Laura	
Percepcija etičnosti oglašavanja na društvenim medijima u Republici Hrvatskoj		Antunović, Ivana	
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	
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	
Uloga utjecajnih osoba prilikom kupovine kućanskih uređaja		Lučić, Niko	
Utjecaj fizičkog i društvenog okruženja na impulzivnu kupovinu u supermarketima		Vladilo, Chiara	
Percepcija osobnog imidža i imidža modnih maraka u kategoriji odjevnih predmeta kod mladih poslovnih žena		Baća, Nikolija	
Vrednujući kriteriji i vrste utjecaja referentnih grupa prilikom odabira opreme za bebe		Bunčec, Maja	
Percipirana vrijednost i percipirani rizici u kupnji električnih automobila		Slapničar, Petar	
Zemlja proizvodnje kao odrednica percepcije luksuznosti marke		Budiša, Ana	
Panično kupovno ponašanje potrošača tijekom pandemije COVID-19		Mađer, Anamarija	
Stavovi potrošača prema učestalosti prikazivanja oglasa u digitalnom okruženju		Davidović Boljkovac, Iris	
Načini raspolaganja odjećom i ekološka osviještenost potrošača pripadnika generacije Y		Janjac, Ivana	
Primjena teorije planiranog ponašanja u objašnjenju potrošačeve namjere smanjivanja otpada koji nastaje od hrane		Zadravec, Paula	
UKLJUČENOST POTROŠAČA I NJIHOVA PERCEPCIJA RIZIKA I KORISTI U KUPNJI NAMJEŠTAJA PUTEM INTERNETA		Vlašić, Lucija	
Uloga online recenzija u kupnji kozmetičkih i modnih proizvoda putem interneta		Duvnjak, Ružica	
Povezanost oglašavanja na društvenim mrežama s donošenjem odluka o kupovini generacije Z		Ljubičić, Zrinka	
LJUBAV PREMA MARKI KAO DETERMINANTA NAMJERE PONAŠANJA POTROŠAČA U MODNOJ INDUSTRIJI		Bazina, Nikolina	
STAVOVI GENERACIJE Z PREMA DIGITALNOM OGLAŠAVANJU NA INSTAGRAMU		Žinić, Anamaria	
Istraživanje zadovoljstva kupaca dječjih igračaka		Davidović, Marija	

Odrednice namjere kupnje polugotovih i gotovih prehrambenih proizvoda		Škreblin Borovčak, Tea	
Stavovi potrošača prema korištenju aplikacija za dostavu hrane i njihove namjere ponašanja u vrijeme pandemije COVID–19		Furmek, Valentina	
Uloga osobina ličnosti pri mobilnoj kupovini hedonističkih proizvoda generacija Y i Z		Jurakić, Anja	
Analiza stavova, preferencija i ponašanja djece kao potrošača prehrambenih proizvoda		Jurić, Marija	
The impact of brand name characteristics on creating brand perception		Čukman, Marko	
ULOGA RECENZIJA KORISNIKA U PERCEPCIJI SIGURNOSTI PRILIKOM KUPOVINE ODJEĆE I MODNIH DODATAKA PUTEM INTERNETA		Wagmann, Lucija	
ULOGA SITUACIJSKIH ČIMBENIKA U PROCESU DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI OSOBA S OŠTEĆENJIMA VIDA		Petrušić, Marija	
Uloga percipiranog rizika u namjeri kupnje privatne modne marke u online okruženju		Žagar, Martina	
Utjecaj marketinške komunikacije putem društvenih mreža na potrošačev stav i namjeru kupnje proizvoda brze mode		Bosiljevac, Katarina	
Čimbenici utjecaja na impulzivnu online kupovinu kozmetičkih proizvoda		Bokun, Valentina	
Percepcija mladih o uslugama digitalnih banaka		Kaurić, Tin	
Utjecaj influencera na društvenim mrežama na donošenje odluke o kupnji kozmetičkih proizvoda		Budimir, Antea	
Uloge obilježja potrošača vezana uz cijenu i percipirane kvalitete proizvoda u sklonosti roditelja na plaćanje više cijene za bio prehrambene proizvode za djecu		Mamić, Nina	
Uloga eksternih izvora informacija u oblikovanju stavova roditelja o cijepljenju djece		Tomljenović, Ana	
PERCEPCIJA KORISNIKA O VRIJEDNOSTI ZABAVNIH MULTIMEDIJALNIH USLUGA NA ZAHTJEV		Rambrot, Josip	
Čimbenici donošenja odluke o mirovinskoj štednji mladih		Kujundžić, Mišael	
ULOGA MARKETINŠKIH ČIMBENIKA U PERCEPCIJI RAZLIKE U KVALITETI IZMEĐU PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MARAKA U KATEGORIJI PREHRAMBENIH PROIZVODA		Gečević, Helena	
Povezanost oglašavanja na društvenim mrežama i lojalnosti potrošača		Mataušić, Lucija	
Istraživanje zadovoljstva mladih kupaca procesom online kupovine u domaćoj internetskoj trgovini		Krištić, Leona	
UTJECAJ DRUŠTVENE MREŽE TIKTOK I UTJECAJNIH OSOBA NA KUPOVNO PONAŠANJE GENERACIJE Z		Fržop, Nera	
Stavovi prema apelu na seks u oglasima s obzirom na generacijsku pripadnost		Banek, Leo	
Utjecaj izloženosti kampanji marketinga općeg dobra na percipiranu osobnost korporativne marke		Lauš, Monika	

Uloga sadržaja kreiranog od strane korisnika na društvenim mrežama pri odabiru pametnog telefona		Roje, Marko	
Imidž zemlje porijekla i namjere ponašanja potrošača u kategoriji proizvoda pametnih telefona		Šlibar, Dorja	
Motivi, kriteriji odabira i načini traženja informacija od strane potrošača pripadnika generacije Y u kupnji prirodnih kozmetičkih proizvoda		Matušek, Iva	
Razlozi formiranja i ponašanje potrošačkih “plemena” na primjeru kolekcionara gramofonskih ploča		Lalić, Marin	
Uloga društvenih mreža u potrošačevom odlučivanju o kupovini proizvoda modne industrije		Bilić, Valentina	
Čimbenici prihvaćanja mobilnih aplikacija za dostavu hrane od strane potrošača		Hrgovčić, Valentina	
UTJECAJ PERCEPCIJE SUSTAVA ISPORUKE VRIJEDNOSTI NA ZADOVOLJSTVO I LOJALNOST KUPACA: MEDIJATORSKA ULOGA APSORPCIJSKOG KAPACITETA		Antičić, Nina	
Uloga percipiranog rizika u namjeri kupnje privatnih marki u kategoriji proizvoda za bebe		Bagić, Laura	
KUPOVNA ORIJENTACIJA ZAPOSLENIH ŽENA I MUŠKARACA U KUPNJI PROIZVODA ŠIROKE POTROŠNJE		Mazić, Daria	
Kupovna orijentacija žena pripadnica generacije Y prilikom odabira kozmetičkih proizvoda		Vlašić, Matea	
Roditeljski stil odgoja i uloga roditelja u kupovnom ponašanju djece		Rugan, Matea	
Specifičnosti maloprodaje putem digitalnih kanala distribucije		Poropat, Nico	
Stavovi studenata prema novcu i njihova sklonost kompulzivnom kupovnom ponašanju		Omrčen, Petra	
Utjecaj društveno odgovornog poslovanja na stav potrošača prema markama kozmetičkih proizvoda		Marijan, Lana	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje energetski učinkovitih proizvoda među potrošačima generacije Y		Bosnić, Ante	
PERCIPIRANE KORISTI I PERCIPIRANI RIZICI U KUPNJI MOBILNOG UREĐAJA PUTEM INTERNETA		Šiško, Berislav	
Upravljanje korisničkim iskustvom u financijskom sektoru		Matak, Katarina	
Primjena metoda evaluacije aktivnosti odnosa s javnošću u hrvatskim komunikacijskim agencijama		Bojić, Luka	
ULOGA ODABRANIH MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI U KREIRANJU TRŽIŠNE VRIJEDNOSTI MARKE U KATEGORIJI DETERDŽENATA		Zabrdja, Irena	
Uloga elektroničke komunikacije od usta do usta u odabiru turističkog smještaja kod pripadnika generacije Y		Pekez, Krunoslav	
PERCEPCIJA POTROŠAČA PRIPADNIKA GENERACIJE Z O ULOZI LIDERA MIŠLJENJA U NJIHOVIM KUPOVNIM ODLUKAMA		Tandara, Hedviga	
Važnost zemlje podrijetla u percepciji luksuznosti marke		Tomić, Ivana Ana	

Motivi kupnje i lojalnost potrošača organskoj hrani		Bogeljić, Ida	
Materijalizam, statusna potrošnja i neovisnost potrošača u procesu kupnje		Šantić, Matea	
Etičke implikacije oglašavanja usmjerenog prema djeci u prehrambenoj industriji		Majcenović, Marijan	
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	
Povezanost financijske pismenosti i financijskog obrazovanja s odgovornim potrošačkim ponašanjem		Gaćina, Luka	
SKLONOST POTROŠAČA OSTAVLJANJU DODATNOG NOVČANOG IZNOSA ZA PRUŽENU USLUGU U RESTORANIMA		Koledić, Ivona	
STAVOVI POTROŠAČA PRIPADNIKA GENERACIJE Y O OGLAŠAVAČKIM AKTIVNOSTIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA		Mošmondor, Ines	
Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na uključenost pratitelja društvenih stranica sportskih klubova		Horvat, Kristina	
Zadovoljstvo i lojalnost potrošača restoranima brze hrane		Furmek, Valentina	
CJENOVNA OSJETLJIVOST MLADIH POTROŠAČA I NJIHOVA SKLONOST KORIŠTENJU KUPONA U KUPNJI ODJEĆE I OBUĆE		Vuković, Kristina	
Istraživanje utjecaja korisničkog iskustva na telekomunikacijskom tržištu u Republici Hrvatskoj		Ostojić, Paula	
Ključni aspekti lojalnosti u ugostiteljstvu		Sraka, Helena	
Motivi korištenja i kriteriji odabira pametnih telefona		Deucht, Filip	
Percepcija potrošača o njihovoj ulozi u međuosobnoj komunikaciji u kategoriji modnih odjevnih proizvoda		Brnabić, Veronika	
Uključenost ženske populacije u kategoriju proizvoda za njegu lica i kriteriji njihovog odabira		Ćerdić, Arijana	
ULOGA RAZLIČITIH VRSTA SADRŽAJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA U FILMSKOJ INDUSTRIJI U ANGAŽIRANOSTI POTROŠAČA		Bašić, Lovro	
Uloga obrazovno-zabavnih sadržaja u oblikovanju i promociji usluga muzeja		Balaban, Ana	
Upravljanje elementima marketinškog miksa u kulturi i umjetnosti iz perspektive umjetnika - poduzetnika		Bradić, Braslav	
Kriteriji odabira banke i percipirani troškovi promjene banke kod studentske populacije		Aničić, Jelena	
Istraživanje utjecaja kvalitete usluge i zadovoljstva na e-lojalnost kod online kupovine odjeće		Sakoman, Dino	
Cjenovna osjetljivost i stavovi potrošača o poklon proizvodima prilikom kupnje kozmetičkih proizvoda		Lovasić, Nikolina	

Zemlja podrijetla kao odrednica percepcije kvalitete proizvoda		Malogorski, Mateja	
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	
Potrošačka motivacija prilikom odabira električnih automobila		Štahan, Matija	
SLIČNOSTI I RAZLIKE U KUPNJI I KRITERIJIMA ODABIRA OSOBNOG AUTOMOBILA S OBZIROM NA SPOL		Hranj, Ivana	
Utjecaj društveno odgovornih aktivnosti poduzeća na odlučivanje potrošača		Valjak, Mateja	
Osobni razvoj prodavača kao element motivacije i zadržavanja u poduzeću		Marković, Dajana	
PERCEPCIJA POTROŠAČA O EKOLOŠKOJ ODGOVORNOSTI I NJIHOVOM EKOLOŠKI ODGOVORNOM PONAŠANJU		Pavlija, Ana Maria	
Percepcija kupaca o prikladnosti privatnih marki kao poklona		Hrvoj, Lorena	
Obilježja potrošača koja utječu na stav prema krivotvorinama		Bašić, Robert	
Percepcija i upoznatost studenata s održivim razvojem i marketingom održivosti u Republici Hrvatskoj		Krešo, Damir	
Utjecaj prikupljanja osobnih podataka i povjerenja prema web stranici na zabrinutost za privatnost u online okruženju		Strinavić, Matea	
Etnocentrizam hrvatskih potrošača prilikom izbora prehrambenih proizvoda		Gašpar, Andreja	
Istraživanje motiva održavanja fizičke aktivnosti na primjeru ustrajne motivacije polaznika joga centra		Malić, Martina	
Kriteriji odabira pametnih telefona na primjeru generacije Y		Mijatović, Anđelka	
Percipirane koristi privatnih i proizvođačkih maraka u kategoriji kozmetičkog proizvoda		Ćurić, Anita	
Motivi potrošača za promjenom opskrbljivača električne energije		Kovačević, Anđela	
ULOGA KO-KREGACIJE U STVARANJU LOJALNIH ODNOSA IZMEĐU POTROŠAČA I PODUZEĆA		Šimunović, Martina	
Stavovi i ponašanje roditelja djece predškolske dobi u kupnji proizvoda lanaca brze prehrane		Bogunović, Ana Marija	
Utjecaj stavova i preferencija mladih potrošača na učestalost i namjeru kupovine putem interneta		Vugić, Bernarda	
Utjecaj percipiranog rizika i cjenovne osjetljivosti potrošača u odabiru privatne marke unutar kategorije proizvoda		Streny, Katarina	
Strategija distribucije luksuzne modne marke		Virovac, Katarina	

Stavovi potrošača prema oglašavanju putem sporta,sportaša i sportskih događaja		Zečević, Petra	
Analiza utjecaja naglašenosti pozicioniranja marke u sadržaj i stava prema sadržaju na stav potrošača prema komuniciranoj marki		Krstić, Ana	
Primjena novih medija u komunikaciji s pripadnicima generacije Y		Stanojević, Sabina	
Stil života turista s obzirom na način provođenja odmora		Crnčan, Božidarka	
Motivi odabira luksuznih modnih proizvoda kod hrvatskih potrošača		Petković, Antonija	
CJENOVNA OSJETLJIVOST POTROŠČA I SKLONOST KUPNJI PREHRAMBENIH PROIZVODA NA SNIŽENJU		Jurinić, Lidija	
Percipirani rizik u kupnji privatnih marki proizvoda široke potrošnje		Lažec, Diana	
Stil života žena zrele životne dobi u kupnji odjeće		Volarić, Ana	
Imidž drogerije kao determinanta percepirane kvalitete, percipiranog rizika i namjere kupnje privatnih maraka		Josipović, Marija	
Kupovna orijentacija muškarca prilikom odabira odjevnih proizvoida		Švenda, Željka	
Osobnost bankarske marke		Mihotić, Lucija	
Ponašanje potrošača pri kupnji božićnih poklona		Devčić, Petra	
Potrošačka uključenost žena pri odabiru dizajnerske odjeće		Knežević, Ivana	
Važnost marke, cijene i zemlje porijekla u kupovini jakih alkoholnih pića		Tarade, Mirela	
Analiza utjecaja karakteristika procesa donošenja odluke o kupovini na zadovoljstvo potrošača odabirom		Živković, Fran	
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	
Razlike među spolovima u procesu kupnje sportske opreme		Maras, Ivana	
Utjecaj povijesnih događanja na imidž marke grada		Dolić, Marina	
Značaj zemlje podrijetla pri odluci o kupovini različitih kategorija proizvoda		Arežina, Daria	
Integriranost elemenata imidža zemlje u izgradnji identiteta marke proizvoda		Marinić, Milena	
Čimbenici koji utječu na kupnju i konzumaciju vina hrvatskih potrošača		Orct, Martina	
Čimbenici koji utječu na namjeru kupovine ekoloških proizvoda - kontekst hrvatskih i švedskih potrošača		Dropulić, Branka	

Krivotvorine i sklonosti potrošača njihovoj kupovini i korištenju		Vučić, Laura	
Povezanost iskustva s markom na društvenim mrežama s namjerom ponašanja potrošača		Šulc, Marija	
CJENOVNA OSJETLJIVOST STUDENTSKE POPULACIJE U ODABRANIM KATEGORIJAMA PROIZVODA		Slišković, Valentina	
Analiza utjecaja dominantne filozofije web stranice na stavove potrošaća o web stranici		Pandžić, Mario	
Percepcija studenske populacije o privatnim markama prehrambenih proizvoda		Ivančić, Matija	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje privatne marke u kategoriji kave		Vulinec, Iva	
SKLONOST POTROŠAČA KORIŠTENJU KUPONA KAO OBLIK NEGATIVNE PERCEPCIJE CIJENE		Orešić, Veronika	
RAZLIKA IZMEĐU REFERENTNIH CIJENA PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MARKI PROIZVODA ŠIROKE POTROŠNJE		Iličić, Antonia	
Utjecaj stavova i preferncija potrošača na učestalost i namjeru kupovine u modnoj industriji		Starić, Barbara	
Etnocentrizam potrošača u istočnoj Hrvatskoj		Pandurić, Bruno	