

Time of export: 29.03.2024. 15:44:49

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 prihvatanje 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, Andja | |
| 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 neuromarketinginskog pristupa i mjerena 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 potrošača 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 | |