

<https://repozitorij.efzg.unizg.hr/user/profile/mbz/189853>

Vrijeme izvoza: 07.08.2020. 12:21:15

Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 16

Broj izvezenih zapisa: 16

<b>Naslov</b>	<b>URL</b>	<b>Autori</b>	<b>Naslov izvornika</b>
PERCEPCIJA POTROŠAČA PRIPADNIKA GENERACIJE Z O ULOZI LIDERA MIŠLJENJA U NJIHOVIM KUPOVNIM ODLUKAMA	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:582907">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:582907</a>	Tandara, Hedviga	
Uloga urbanih ikona u razvoju marke grada	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:289508">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:289508</a>	Bašić, Anja	
Vrste percipiranog rizika kod korištenja usluga mobilnog plaćanja	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:084679">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:084679</a>	Vakufac, Jasmin	
Marketing opće dobrobiti u uslužnim poduzećima	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:342442">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:342442</a>	Radoš, Iva	
Marketing usluga riječkih muzeja	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:720647">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:720647</a>	Cvetinović, Emanuela	
Upravljanje marketingom nacionalnih i parkova prirode u funkciji izgradnje imidža zemlje kao turističke destinacije	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:243446">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:243446</a>	Malešević, Kristina	
Specifičnosti marketinške komunikacije putem društvenih medija u djelatnosti bankarstvu	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:034909">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:034909</a>	Skejo, Filip	
Upravljanje markom destinacije	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:882102">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:882102</a>	Todorić, Zvonimir	
ELIMINACIJA PROIZVODA - PRIMJER PIĆA MARKE SMART	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:426495">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:426495</a>	Knežević, Pia	
Uloga oznaka na proizvodima u izgradnji imidža marke	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:133258">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:133258</a>	Slamar, Mihaela	
KANIBALIZACIJA PROIZVODA I MODELI PREDVIĐENJA KANIBALIZACIJE	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:211891">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:211891</a>	Kajganić, Andrej	
Istraživanje stavova o marki grada u funkciji upravljanja markom	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:769590">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:769590</a>	Bedek, Ivan	
Krivotvorine i sklonosti potrošača njihovoj kupovini i korištenju	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:703878">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:703878</a>	Vučić, Laura	
Percepcije menadžera o ulozi glazbe u marketingu usluga	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:852052">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:852052</a>	Novak, Sanja	
Mobilni marketing temeljen na lokacijskim uslugama	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:688086">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:688086</a>	Šturman, Filip	

Razlika neuromarketinškog pristupa i mjerenja percepcije u evaluaciji oglasa	<a href="https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:512615">https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:512615</a>	Benzon, Martina	
--	---	-----------------	--