

Vrijeme izvoza: 12.05.2024. 19:01:52

Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 46

Broj izvezenih zapisa: 46

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Uloga društvenih mreža kao instrumenta političke komunikacije kod starijih adolescenata u Republici Hrvatskoj		Maričević, Ena	
Istraživanje zadovoljstva kupaca u sustavu izravne prodaje kozmetike		Mikac Škrinjarić, Ankica	
Značenje, uloga i perspektive prodajnih profesionalaca u farmaceutskoj industriji s osvrtom na nove prodajne okolnosti uzrokovane pandemijom Covid-19		Jurić, Ivan	
Održivost kao dio marketinške strategije luksuznih proizvoda		Pismarović, Ana	
Primjena održive marketinške orijentacije u farmaceutskoj industriji u Republici Hrvatskoj		Madirazza, Dunja	
Uloga i značenje emocionalne inteligencije u prodaji i pregovaranju na tržištu informatičkih usluga i poslovnih rješenja		Šiško, Laura	
Istraživanje reakcija kupaca na aktivnosti unapređenja prodaje u sektoru maloprodaje		Rajić, Dalibor	
Učinkovitost psihografskoga segmentiranja korisnika društvenih mreža pomoću njihovih digitalnih otisaka		Sačer, Sabina	
ISTRAŽIVANJE PRIHVAĆENOSTI ONLINE PREGOVARANJA U ODNOSU NA PREGOVARANJE LICEM U LICE U PODUZETNIŠTVU		Jandras, Ivana	
ISTRAŽIVANJE GLAVNIH ODREDNICA PONAŠANJA INDIVIDUALNIH DONATORA KAO POLAZIŠTE DEFINIRANJA PROGRAMA PRIKUPLJANJA DONACIJA U NEPROFITNOM SEKTORU		Milošević, Mathea	
Obilježja pregovaranja u doba COVID - 19 krize na primjeru poduzeća iz naftne industrije		Gojak, Blanka	
PRIMJENA A/B TESTIRANJA U MJERENJU UČINKOVITOSTI ONLINE PRODAJE		Vujović, Uglješa	
Uloga marketinške logistike u funkciji stjecanja konkurentske prednosti poduzeća		Kušec, Nikša	
Uloga društvenih mreža u potrošačevom odlučivanju o kupovini proizvoda modne industrije		Bilić, Valentina	
UTJECAJ INTERNETA I DRUŠTVENIH MREŽA NA EVOLUCIJU PRODAJE I RAZVOJ NOVIH PRODAJNIH MOGUĆNOSTI		Car, Andrej	

KOMPLEMENTARNOST KLASIČNIH I SUVREMENIH PRISTUPA PRODAJI U IT SEKTORU		Gabrijelić, Lana	
Povezanost emocionalne inteligencije i etičnog ponašanja u poslovnom pregovaranju		Brkić, Marcela	
Upravljanje korisničkim iskustvom u financijskom sektoru		Matak, Katarina	
Marketinško-prodajni pristupi za kozmetičke proizvode na društvenim mrežama		Savić, Nikolina	
Mogućnosti i značenje inbound marketinga u stjecanju i zadržavanju kupaca		Tešanović, Iva	
Stavovi i osobne sklonosti studenata prema profesionalnoj karijeri u području prodaje		Sviben, Antonio	
TEORIJSKO-EMPIRIJSKA ANALIZA KULTURNO UVJETOVANIH PREGOVARAČKIH RAZLIČITOSTI HRVATSKIH MENADŽERA U ODNOSU NA EUROPSKE VANJSKOTRGOVINSKE PARTNERE		Grubišić, Lucija	
Uloga digitalnih analitičkih alata u unaprjeđenju poslovanja web trgovina		Brekalo, Jelena	
Utjecaj privatnih maraka na maloprodaju kategorije kave u Republici Hrvatskoj		Hauselmaier, Marin	
Istraživanje razloga promjene banke u poslovanju s građanstvom		Vukčević, Martina	
Društvene mreže u funkciji poticanja lojalnosti potrošača modnih odjevnih maraka		Butorac, Mia	
KOMPARATIVNA ANALIZA KROSKULTURNIH DIMENZIJA MEĐUNARODNOG POSLOVNOG PREGOVARANJA		Pušić, Patricia	
Kriteriji odabira banke i percipirani troškovi promjene banke kod studentske populacije		Aničić, Jelena	
Mobilne aplikacije u funkciji kanala za distribuciju prehrambenih proizvoda		Pević, Nikola	
Prodaja cjelovitih uređenja poslovnih prostora na poslovnom tržištu		Jakovljević, Ana	
Uloga aktivnosti unapređenja prodaje u stvaranju dodatne vrijednosti za potrošača na tržištu proizvoda široke potrošnje u Republici Hrvatskoj		Ćurčić, Areta	
Kanali distribucije proizvoda za njegu kose		Vutmej, Petra	
ISTRAŽIVANJE ULOGE I VAŽNOSTI PRODAJNIH EDUKACIJA U HRVATSKOJ LJEKARNIČKOJ PRAKSI		Petrović, Ivana	
Osobni razvoj prodavača kao element motivacije i zadržavanja u poduzeću		Marković, Dajana	
Uloga novih medija u kupnji i prodaji smještajnih usluga u turizmu		Galfi, Albert	
Utjecaj inovacija na ponašanje potrošača		Ćužić, Martina	
Specifičnosti prodaje i pregovaranja u segmentu paketne dostave na hrvatskom poslovnom tržištu		Vejin, Ivan	
Unapređenje procesa prodaje medicinskih dijagnostičkih uređaja na tržištu Republike Hrvatske		Roca, Josip	
Motivi odabira luksuznih modnih proizvoda kod hrvatskih potrošača		Petković, Antonija	

Mobilni marketing u bankarskom sektoru		Posavčević, Kristian	
Etička potrošnja i njezina tržišna primjena		Talian, Katarina	
Odrednice društveno odgovornog poslovanja u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj		Peruško, Roberta	
ULOGA INTERNOG MARKETINGA U MOTIVIRANJU ZAPOSLENIKA		Mirosavljević, Maja	
Utjecaj neverbalne komunikacije na uspješnost prodajnog procesa		Ramušćak, Matija	
Marketing u sportu		Tukač, Zvonimir	
Optimizacija upravljanja asortimanom bezalkoholnih pića na maloprodajnom mjestu		Lovrić, Marko	