https://repozitorij.efzg.unizg.hr/user/profile/mbz/286555

Vrijeme izvoza: 28.03.2024. 14:12:09
Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr
Ukupan broj zapisa na URL-u: 233
Broj izvezenih zapisa: 100

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
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	
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	
Stavovi o vizualnom sadržaju turističkih destinacija na Instagramu		Legin, Lea	
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	
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	
Iskustva menadžera u djelatnosti događaja s marketingom sadržaja		Marković, Ivan	
Istraživanje motiva potrošača u angažmanu na profilima marki na društvenim mrežama		Prpić, Tena	
Istraživanje stavova generacije Y prema oglašavanju putem utjecajnih osoba		Jerger, Petra	
Perspektiva krajnjih potrošača o aktivnostima e-mail marketinga te percipiranim promjenama uslijed pandemije Covid-19		Ljuban, Leonarda	
Programi lojalnosti u maloprodaji Republike Hrvatske		Pilko, Dolores	
Specifičnosti ponude vrijednosti utjecajnih osoba		Dujić, Ana-Marija	
Uloga društvenih mreža u promociji maloprodajnih lanaca u Hrvatskoj		Režić, Goran	

Uloga elektroničke usmene predaje u procesu donošenja odluke o kupnji mobilnih uređaja putem interneta		Ludaš, Sara	
Uloga komunikacije marke putem društvenih mreža u izgradnji povjerenja i lojalnosti potrošača		Ljubičić, Anđela	
Uloga različitih vrijednosti sadržaja kod upravljanja sadržajem marke u digitalnom okruženju		Lisac, Lea	
Uloga umjetne inteligencije u kreativnim aspektima marketinške komunikacije		Merle, Petra	
Utjecaj negativnih recenzija na proces donošenja odluke o rezervaciji hotelskog smještaja putem Interneta		Pervan, Barbara	
Specifičnosti marketinga sadržaja i oglašavanja marki farmaceutskih proizvoda na društvenim medijima		Vori, Mario	
Stavovi potrošača generacije Z o kupnji putem interneta		Glasnović, Antun	
Uloga ambalaže u percepciji rizika privatnih marki kozmetičkih proizvoda		Švenda, Anamarija	
Uloga atmosfere mobilne aplikacije kod namjere kupnje modnih proizvoda		Matić, Ružica	
Uloga digitalnih kanala u procesu donošenja odluke o kupnji proizvoda MedTech industrije od strane medicinskih djelatnika		Golubić, Dorotea	
Uloga humora u angažmanu potrošača na društvenim mrežama		Glasnović, Ivan	
Uloga percipiranog kredibiliteta utjecajnih osoba u namjeri kupnje modnih proizvoda na digitalnim platformama		Džalto, Sara	
Uloga čimbenika NFC mobilnog plaćanja u stvaranju lojalnosti generacije Z prema trgovcima		Matić, Tomislav	
Korištenje utjecajnih osoba u marketinškoj komunikaciji luksuznih proizvoda na društvenim medijima		Žalac Javor, Maja	
Uloga principa utjecaja u kontekstu digitalnog marketinga		Bogojević, Tea	
Uloga projekata Europske unije u jačanju financijskih kapaciteta neprofitnih organizacija		Čačković, Terezija	
Uloga vanjskih obilježja proizvoda u namjeri kupnje vina hrvatskih vinskih regija		Drveni, Marinela	
Uloga društvenih mreža u čitanosti internetskih portala		Redžepagić, Hannan	
Specifičnosti marketinga u digitalnom kreativnom poduzetništvu - analiza digitalnog umjetnika		Padovan Đurov, Branka	
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	

Uloga nostalgije u izboru marke proizvoda i kupovnoj namjeri potrošača		Jakopinčić, Stela	
Motivi upisa i zadovoljstvo polaznika MBA studija		Žugčić, Monika	
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	
Istraživanje stavova potrošača o remarketing oglasima na društvenim medijima		Drešar, Sara	
Motivacijski čimbenici u generiranju elektroničke usmene predaje na društvenim medijima		Krapić, Viktoria	
Uloga motiva kupnje i privlačnosti platforme kod zadovoljstva korisnika prilikom online kupovine hrane		Sučić, Hrvoje	
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 marketinga na društvenim medijima u razvoju svijesti o marki i lojalnost marki		Ravlić, Karla	
Istraživanje zadovoljstva kupaca personaliziranih proizvoda		Pašić, Ema	
Istraživanje zadovoljstva kupaca u online trgovini odjeće		Toromanović, Nina	
Uloga utjecajnih osoba prilikom kupovine kućanskih uređaja		Lučić, Niko	
Zadovoljstvo kupaca programima lojalnosti na maloprodajnom tržištu u Republici Hrvatskoj		Mikulčić, Vanessa	
Čimbenici lojalnosti kupaca u industriji restorana		Forko, Lana	
Percepcija osobnog imidža i imidža modnih maraka u kategoriji odjevnih predmeta kod mladih poslovnih žena		Baća, Nikolija	
The impact of customer relationship management (CRM) activities on brand image and purchase intentions		Vranešević, Tija	
Istraživanje uloge percepcije utjecajnih osoba na razinu preporuke i praćenja krajnjih korisnika na društvenim medijima u Hrvatskoj		Lukanović, Ivana	
Učinak društvenih mreža na povezanost potrošača s luksuznim markama		Miše, Margita	
Digitalna transformacija kroz primjenu Software-as-a-Service rješenja u Business-to-Business modelu za vrijeme COVID-19		Starešina, Ivo	
Percepcija mobilnog oglašavanja kod generacije Z		Zebić, Lucija	
Uloga karakteristika mobilnih aplikacija u izgradnji lojalnosti marki		Gradinščak, Sebastijan	

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	
Primjena umjetne inteligencije u marketinškim i prodajnim aktivnostima		Lišanin, Luka	
Zemlja proizvodnje kao odrednica percepcije luksuznosti marke		Budiša, Ana	
Panično kupovno ponašanje potrošača tijekom pandemije COVID-19		Mađer, Anamarija	
Primjena marketinških aktivnosti u prevoditeljskoj djelatnosti		Treger, Ana	
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	
Stavovi potrošača prema proširenjima marke zelenim proizvodima		Pavleković, Andrea	
UKLJUČENOST POTROŠAČA I NJIHOVA PERCEPCIJA RIZIKA I KORISTI U KUPNJI NAMJEŠTAJA PUTEM INTERNETA		Vlašić, Lucija	
ULOGA TEHNIKE UVIDA U KORISNIKE U PROCESU OBLIKOVANJA KORISNIČKOG ISKUSTVA U DIGITALNOM OKRUŽENJU		Luketić, Brigita	
Uloga online recenzija u kupnji kozmetičkih i modnih proizvoda putem interneta		Duvnjak, Ružica	
ISTRAŽIVANJE NAVIKA KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA MEĐU RAZLIČITIM GENERACIJSKIM SKUPINAMA		Kontin, Ivana	
ISTRAŽIVANJE ULOGE REZERVACIJE PRIVATNOG SMJEŠTAJA PREKO MANJE POZNATIH PLATFORMI NA ZADOVOLJSTVO KORISNIKA		Alviž, Iva	
Istraživanje uloge edukativnog marketinga sadržaja usmjerenog na poduzeća		Bakić, Jelena	
OČEKIVANJA I CILJEVI DIGITALNOG MARKETINGA U SPONZORIRANJU HRVATSKIH SPORTSKIH SUBJEKATA		Rešetar, Tin	
Uloga online recenzija u procesu donošenja odluke o kupnji proizvoda u modnim aplikacijama		Marković, Petra	
Uloga osobnosti, vanjskog prestiža i reputacije u razvoju imidža marke u visokoškolskom obrazovanju		Pandžić, Lucija	
Istraživanje primjene upravljanja odnosima s klijentima u online kupovini odjeće		Buzatović, Borna	
ULOGA MARKETINGA UTJECAJNIH OSOBA IZ SVIJETA SPORTA U KUPOVNOM PONAŠANJU GENERACIJE Z		Prpić, Laura	
Uloga društvenih medija u komunikaciji marke sportske organizacije		Kramarić, Valentina	
Uloga komunikacije društveno odgovornog ponašanja na društvenim medijima u oblikovanju stava potrošača i namjeri elektroničke usmene predaje u kategoriji kozmetičkih proizvoda		Stupar, Petra	

Utjecaj sponzorskih ugovora na prepoznatljivost marki na sportskom tržištu		Vrdoljak, Matea	
LJUBAV PREMA MARKI KAO DETERMINANTA NAMJERE PONAŠANJA POTROŠAČA U MODNOJ INDUSTRIJI		Bazina, Nikolina	
STAVOVI GENERACIJE Z PREMA DIGITALNOM OGLAŠAVANJU NA INSTAGRAMU		Žinić, Anamaria	
ISPITIVANJE SPOSOBNOSTI RAZLIKOVANJA ORGANSKIH I SPONZORIRANIH REZULTATA PRETRAŽIVANJA KORISNIKA INTERNETSKIH PRETRAŽIVAČA		Zeljak, Maja	
Iskustvo posjetitelja virtualnih muzeja u Republici Hrvatskoj		Ljevak, Tina	
Odrednice namjere kupnje polugotovih i gotovih prehrambenih proizvoda		Škreblin Borovčak, Tea	
Percipirani utjecaj umjetne inteligencije na iskustvo potrošača		Žili, Lana	
Stavovi potrošača prema korištenju aplikacija za dostavu hrane i njihove namjere ponašanja u vrijeme pandemije COVID–19		Furmek, Valentina	
The Role of Customer Relationship Management Activities on Customer Satisfaction		Lukačević, Janko	
ULOGA MOTIVA I ZNANJA KORISNIKA PRI KORIŠTENJU USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA TEMELJENOG NA KRIPTOVALUTAMA		Majurec, Manuel	
Uloga osobina ličnosti pri mobilnoj kupovini hedonističkih proizvoda generacija Y i Z		Jurakić, Anja	
KRIZNA KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA U KOZMETIČKOJ INDUSTRIJI		Munđar, Stela	
Marketinška komunikacija luksuznih modnih marki putem društvene mreže Instagram		Macan, Ana	
The impact of brand name characteristics on creating brand perception		Čukman, Marko	
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	
Važnost virusnog marketinga za maloprodaju proizvoda modne industrije		Vincek, Andrea	
Zadovoljstvo korištenja QR koda u mobilnom marketingu		Krce-Ivančić, Ana	
Čimbenici utjecaja na impulzivnu online kupovinu kozmetičkih proizvoda		Bokun, Valentina	
Uloga kredibiliteta utjecajnih osoba u izgradnji povjerenja u marke kozmetičkih proizvoda		Lepušić, Valentina	
Percepcija mladih o uslugama digitalnih banaka		Kaurić, Tin	

Primjena digitalnog marketinga u poslovanju malih i mikro poduzeća		Terzić, Lucia	
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	
Razvoj mobilne aplikacije za identifikaciju kanala prodaje bezglutenskih proizvoda		Mostarac, Marija	
ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA KAO ALATA MARKETINGA ODNOSA U PROFESIONALNOM SPORTU		Škorić, Marko	
Uloga imidža maloprodajnog lanca u namjeri kupnje privatne marke		Miljan, Klara	
ULOGA MARKETINŠKIH ČIMBENIKA U PERCEPCIJI RAZLIKE U KVALITETI IZMEĐU PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MARAKA U KATEGORIJI PREHRAMBENIH PROIZVODA		Gečević, Helena	
ISTRAŽIVANJE MOTIVA GLEDANJA ESPORTS DOGAĐAJA U REPUBLICI HRVATSKOJ		Peti, Irena	
Uloga povezanosti s markom i potaknute nostalgije u namjeri ponašanja u kategoriji igara i igračaka		Fuček, Petra	
Izgradnja marke turističke destinacije kroz organizaciju sportske manifestacije		Antolović, Antonio	
Uloga sadržaja kreiranog od strane korisnika na društvenim mrežama pri odabiru pametnog telefona		Roje, Marko	
ULOGA AMBALAŽE U ODABIRU PREHRAMBENIH PROIZVODA OD STRANE DJECE I NJIHOV UTJECAJ NA KUPOVNO PONAŠANJE RODITELJA		Georgiev, Karla	
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	
Nostalgia proneness and the role of products with nostalgic elements in consumers' consumption preferences		Mišić, Petra	
ULOGA HEDONISTIČKIH I UTILITARNIH MOTIVA PRI ONLINE I FIZIČKOJ KUPOVINI ODJEĆE I PREHRAMBENIH PROIZVODA		Lovrić, Ivana	
ČIMBENICI MARKETINGA UTJECAJNIH OSOBA KOJI POTIČU PRATITELJE NA FIZIČKU AKTIVNOST		Šipić, Antonia	
Istraživanje uloge atributa imidža sportaša u razvoju lojalnosti potrošača		Balgač, Ema	
Lojalnost potrošača u sportskom marketingu		Dujmović, Romana	
MOTIVI POTROŠAČA ZA ŠIRENJEM ELEKTRONIČKE USMENE PREDAJE U VIRTUALNIM GRUPAMA		Majetić, Dea	
Uloga kvalitete usluge i imidža prodavaonice u izgradnji imidža i namjeri kupnje privatne marke		Ivandić, Katarina	
Važnost svekanalnog pristupa u upravljanju korisničkim iskustvom		Arcella, Laura	

Analiza odrednica sportske potrošnje segmenta generacije Z		Cota, Davor	
Primjena umjetne inteligencije u kontekstu digitalnog marketinga		Horvat, Martina	
Razlozi formiranja i ponašanje potrošačkih “plemena” na primjeru kolekcionara gramofonskih ploča		Lalić, Marin	
Uloga internog marketinga u izgradnji privrženosti zaposlenika marki poslodavca u hrvatskoj IT industriji		Banović, Matea	
PERCEPCIJA USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA KOD MLADIH KORISNIKA		Baltić, Dominik	
Promocijske aktivnosti glazbenika s ciljem stvaranja interesa i uzbuđenja prije lansiranja novog proizvoda		Mezak, Martina	
Čimbenici utjecaja na impulzivnu online kupovinu u modnoj industriji		Petrović, Ana	
ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA UKLJUČIVANJE U PODUZETNIŠTVO		Domović, Ivona	
Uloga retro ambalaže u komunikaciji nasljeđa marke		Kovačević, Dora	
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	
Tehnika pripovijedanja kod razvoja sadržaja u upravljanju markom		Ros, Antonio	
Roditeljski stil odgoja i uloga roditelja u kupovnom ponašanju djece		Rugan, Matea	
Stavovi studenata prema novcu i njihova sklonost kompulzivnom kupovnom ponašanju		Omrčen, Petra	
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	
Uloga nostalgije u poticanju angažiranosti potrošača u digitalnom okruženju		Kolak, Ana-Marija	
Utjecaj osobnosti marke na izgradnju lojalnosti nostalgičnim markama		Čičak, Katarina	
Istraživanje motivacije korisnika za praćenjem sportaša na društvenim mrežama		Jurić, Vedrana	
Istraživanje zadovoljstva i lojalnosti klijenata u segmentu ruralnog turizma na području Republike Hrvatske		Panifer, Ivona	
ULOGA DRUŠTVENO ODGOVORNOG PONAŠANJA U OBLIKOVANJU STAVA PREMA MODNOJ MARKI		Bosner, Lea	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje energetski učinkovitih proizvoda među potrošačima generacije Y		Bosnić, Ante	
Istraživanje navika online kupovine proizvoda za ljepotu kod ženske populacije u Hrvatskoj		Pleša, Paula	
Razvoj i upravljanje markom usluge na poslovnim tržištima		Babić, Lucija	
Istraživanje razloga promjene mobilnog operatora u Republici Hrvatskoj		Špoljarević, Lucija	

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	
ULOGA POTROŠAČEVE POTREBE ZA JEDINSTVENOŠĆU I NOSTALGIJE KAO OBILJEŽJA MARKE U RAZVOJU POVEZANOSTI POTROŠAČA S MARKOM U MODNOJ INDUSTRIJI		Radoš, Marina	
Čimbenici utjecaja na stvaranje lojalnosti virtualnim grupama		Matunec, Katarina	
Korištenje društvenih mreža u komunikaciji neprofitnih organizacija		Kozlek, Silvija	
PERCEPCIJA POTROŠAČA PRIPADNIKA GENERACIJE Z O ULOZI LIDERA MIŠLJENJA U NJIHOVIM KUPOVNIM ODLUKAMA		Tandara, Hedviga	
Marketinški čimbenici kao determinanta promjene ponašanja potrošača u korist odabira privatne marke		Jajetić, Daniel	
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	
Mišljenja hrvatskih potrošača o marketinškim aktivnostima ko-kreacije u glazbenoj industriji		Slović, Marija Magdalena	
Percepcija kvalitete poduzeća od strane kreditora temeljena na cjelovitom izvještavanju		Drakulić, Tina	
Povezanost društvenih medija s donošenjem odluka o kupovini generacije y		Menjak, Marija	
Uloga pripovijedanja iz perspektive marke (eng. brand storytelling) u angažiranosti potrošača na društvenim medijima		Jurak, Martina	
Istraživanje utjecaja korisničkog iskustva na telekomunikacijskom tržištu u Republici Hrvatskoj		Ostojić, Paula	
Ključni aspekti lojalnosti u ugostiteljstvu		Sraka, Helena	
Lojalnost potrošača specijaliziranih prodavaonica zdrave hrane		Vuletić, Ljubica	
Percepcija potrošača o globalnim i lokalnim privatnim markama međunarodnih trgovačkih lanaca		Bakočević, Gloria	
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	
Privatne marke kao graditelji imidža trgovačkog lanca		Grbavac, Ante	

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	
Utjecaj primjene strategije upravljanja odnosima s klijentima na zadovoljstvo korisnika bankarskih usluga u Republici Hrvatskoj		Gustec, Silvija	
Komparativna analiza stavova o oglasima na Facebooku i Instagramu s obzirom na životnu dob korisnika te intenzitet korištenja društvenih mreža		Stipić, Anđa	
Uloga odabranih obilježja marke u izgradnji lojalnosti potrošača privatnim markama dekorativne kozmetike		Palić, Kristina	
Zemlja podrijetla kao odrednica percepcije kvalitete proizvoda		Malogorski, Mateja	
Uloga dimenzija tržišne vrijednosti marke u odabiru globalnih i lokalnih marki piva		Šulc, Peter	
Uloga metodologije razvoja kreativnosti i inovativnosti (eng. design thinking) u prirodnom oglašavanju		Rončević, Bruno	
UTJECAJ OSOBNOSTI POLITIČKE MARKE NA IZBOR BIRAČA		Sambolić, Lea	
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	
Kriteriji odabira pametnih telefona na primjeru generacije Y		Mijatović, Anđelka	
Korištenje društvenih medija od strane neprofitnih organizacija u kriznim situacijama		Marjanović, Tamara	
Percipirane koristi privatnih i proizvođačkih maraka u kategoriji kozmetičkog proizvoda		Ćurić, Anita	
Motivi potrošača za promjenom opskrbljivača električne energije		Kovačević, Anđela	
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	
Primjena novih medija u komunikaciji s pripadnicima generacije Y		Stanojević, Sabina	
Analiza strategije pozicioniranja marke iz perspektive potrošača		Vidanec, Kristina	
Analiza čimbenika koji utječu na kredibilitet izvora u digitalnom okruženju		Vugec, Barbara	
PEREPCIJA POTROŠAČA O NOSTALGIČNIM MARKAMA		Štokić, Ante	
Percipirani rizik u kupnji privatnih marki proizvoda široke potrošnje		Lažec, Diana	
Stil života žena zrele životne dobi u kupnji odjeće		Volarić, Ana	
Strategija pozicioniranja i razvoj imidža malog grada		Kroflin, Kristina	
Uloga društvenih medija u izgradnji imidža neprofitnih organizacija		Kovačić, Iva	
Utjecaj elektroničke komunikacije od usta do usta putem društvenih mreža na izbor restorana		Beg, Ivana	
Utjecaj podržavatelja na vjerodostojnost marke i tržišnu vrijednost marke		Pernarić, Dominik	
Imidž drogerije kao determinanta percepirane kvalitete, percipiranog rizika i namjere kupnje privatnih maraka		Josipović, Marija	
Osobnost bankarske marke		Mihotić, Lucija	
Ponašanje potrošača pri kupnji božićnih poklona		Devčić, Petra	
Potrošačka uključenost žena pri odabiru dizajnerske odjeće		Knežević, Ivana	
Uloga oznaka na proizvodima u izgradnji imidža marke		Slamar, Mihaela	
Analiza aktivnosti djece prilikom kupovine		Pejić, Lana	
Povezanost odnosa s javnošću i društvene odgovornsti velikih poduzeća u Republici Hrvatskoj		Gadanec, Jelena	
Povezanost sila života sa stavom i namjerom kupnje privatnih marki prehrambenih proizvoda		Žalac, Nikolina	
Uloga obilježja proizvida u percepciji kvalitete privatnih maraka		Karalić, Ljubica	
Zastupljenost digitalnih medija u marketinškoj komunikaciji malih i srednje velikih poduzeća RH		Čalić, Josipa	
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 namjeru kupovine ekoloških proizvoda - kontekst hrvatskih i švedskih potrošača		Dropulić, Branka	
Povezanost iskustva s markom na društvenim mrežama s namjerom ponašanja potrošača		Šulc, Marija	
Elektronički kanali distribucije - specifičnosti grupne kupovine		Šafarić, Luka	
Mobilni marketing temeljen na lokacijskim uslugama		Šturman, Filip	
Uloga sponzorstva u upravljanju markom u bankarskom sektoru		Kokan, Marija	
Percepcija studenske populacije o privatnim markama prehrambenih proizvoda		Ivančić, Matija	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje privatne marke u kategoriji kave		Vulinec, Iva	
Istraživanje zadovoljstva studenata bankovnim uslugama		Rešetar, Mateja	