

Vrijeme izvoza: 19.04.2024. 05:40:51

Repozitorij: repozitorij.efzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 39

Broj izvezenih zapisa: 39

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Optimizacija nabavne strategije kroz primjenu digitalnih tehnologija		Matić, Franka	
Korelacija elektroničke trgovine i urbane logistike		Karin, Iva	
Važnost nabave u ugostiteljskoj djelatnosti		Tartaro, Josip	
Stvaranje iskustva s alatima digitalnog marketinga u online maloprodaji		Bošnjak, Valentina	
Efikasnost i etički aspekti nabave u Republici Hrvatskoj		Preis, Luka	
Uloga električnih kamiona u uspostavi održivog prijevoza		Filipović, Nikolina	
Prava potrošača i privatnost u online maloprodaji		Ambrošić, Lea	
Linijski pomorski promet u kriznim vremenima s posebnim osvrtom na Republiku Hrvatsku		Valjak, Lucija	
ODREDNICE ZADOVOLJSTVA KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU		Piličić, Milica	
Važnost održivog razvoja lanca opskrbe u Republici Hrvatskoj		Margarin, Domagoj	
AKTIVNOSTI UNAPREĐENJA PRODAJE NA PRIMJERU KATEGORIJE HRANE ZA KUĆNE LJUBIMCE		Šourek, Alen	
Čimbenici kvalitete usluge putničkih avioprijevoznika		Spišić, Lea	
FORMIRANJE CIJENA U FIZIČKOJ I ONLINE PRODAVAONICI		Bataković, Marijana	
Formiranje cijena na poslovnom primjeru maloprodajne mreže		Brkljačić, Leona	
Marketinška komunikacija s kupcima u maloprodaji		Pakšec, Lorena	
Stvaranje lojalnosti kupaca u maloprodaji		Šunjić, Julija	
Zelena strategija i održivost u maloprodaji mode		Ciglar, Mia Maria	
PREDNOSTI I NEDOSTACI ELEKTRONIČKE TRGOVINE IZ PERSPEKTIVE POTROŠAČA		Hrkać, Martina	
Upravljanje asortimanom trgovačke robe u maloprodaji		Lovrić, Josipa	

Struktura asortimana u elektroničkoj trgovini		Stanić, Marijana	
OSNIVANJE I POSLOVNI PLAN GRAĐEVINSKOG OBRTA U REPUBLICI HRVATSKOJ		Jurčević, Anton	
Važnost i značenje elemenata marketinškog spleta u kanalu distribucije za ugostiteljstvo (HoReCa) u RH		Bagić, Ana	
Utjecaj nove regulative EU na razvoj elektroničke trgovine u Republici Hrvatskoj		Malivuk, Bruno	
VAŽNOST I ZNAČENJE ELEMENATA MARKETINŠKOG SPLETA U MALOPRODAJI MODE		Tolić, Maja	
Značenje i važnost marketinških odluka u maloprodaji		Šiljeg, Ana	
ULOGA VOĐE KATEGORIJE U UPRAVLJANJU ASORTIMANOM ROBE		Spajić, Katarina	
Franšizno poslovanje kao strategija u trgovini medicinskih tehnologija i opreme		Krpan, Igor	
Veleprodajne operacije i upravljanje opskrbom na poslovnom primjeru		Relota, Tea	
Zaštita potrošača u on-line kupovini i financijskim transakcijama		Ćosić, Andreja	
Zaštita potrošača u pružanju usluga		Ivanković, Andrea	
Strateška analiza industrije maslinarstva u Republici Hrvatskoj		Halilović, Morena	
Opskrbni lanci u maloprodaji odjeće		Kokanović, Ana	
Ponašanje potrošača i donošenje odluke o kupnji proizvoda prepoznatljivih marki		Naranča, Ivan Zvonimir	
Povratna logistika i ekološka komponenta		Anđelić, Anto	
Usporedba tržišne moći vodećih maloprodavača i proizvođača		Andrašek, Saša	
Postojanje i primjena inovacija na hrvatskom tržištu maloprodaje		Bajkovec, Robert	
Značaj bihevioralne ekonomike u razvoju zaštite potrošača		Čiček, Ivana	
Optimizacija upravljanja asortimanom bezalkoholnih pića na maloprodajnom mjestu		Lovrić, Marko	
Utjecaj marketinga na konkurentnost poslovnih subjekata na tržištu pića u Republici Hrvatskoj		Kovač, Ivan	