

Time of export: 15.05.2024. 17:47:44

Repository: repozitorij.unizg.hr

Number of records on this URL: 74

Records exported: 74

Title	URL	Authors	Host item title
Uloga komponenti stava kod namjere kupovine električnih vozila potrošača inovatora i ranih usvajača		Kovačević, Marta	
Lojalnost pripadnika generacije Z premijskoj marki prilikom kupovine mobilnog telefona		Frühwirth, Dora	
Stavovi, percipirane koristi i percipirani rizici kao odrednice namjere kupnje rabljene odjeće		Cirimotić, Ivona	
Primjena alata umjetne inteligencije u oglašavanju na internetskim pretraživačima		Odak, Mislav	
Impulzivno kupovno ponašanje potrošača i preferencije načina plaćanja		Romek, Lorena	
Lojalnost potrošača i percipirani troškovi promjene teleoperatera		Sabolek, Petar	
Stilovi odlučivanja muških potrošača u kupnji pametnih telefona		Ćorić, Jela	
Uloga društvenih mreža u procesu odabira turističkog smještaja kod pripadnika generacija X, Y i Z		Jurović, Pavla	
Uloga oblikovanja korisničkog sučelja u kvaliteti korisničkog iskustva kod e-prodavaonica		Resler, Matej	
Percipirane koristi u kupnji zelenih proizvoda među generacijom Z		Sladović, Maja	
Specifičnosti marketinga sadržaja i oglašavanja marki farmaceutskih proizvoda na društvenim medijima		Vori, Mario	
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 čimbenika NFC mobilnog plaćanja u stvaranju lojalnosti generacije Z prema trgovcima		Matić, Tomislav	
Uloga glazbe u iskustvu posjete virtualnom muzeju		Karabatić, Karla	
Namjera ponovne kupovine proizvoda kod korisnika platformi društvenih medija baziranih na kratkom video sadržaju		Kocijan, Barbara	
Specifičnosti marketinga u digitalnom kreativnom poduzetništvu - analiza digitalnog umjetnika		Padovan Đurov, Branka	

Percepcija korisnika o mobilnim aplikacijama za zdravlje		Klaić, Klara	
Uloga elemenata fizičkog okruženja prodajnog mjesta u namjeri kupnje		Budanović, Laura	
Stavovi domaćih turista o ponudi seoskog turizma u destinaciji Krapinsko - zagorska županija		Jakuš-Mejarec, Lana	
Uloga nostalgije u izboru marke proizvoda i kupovnoj namjeri potrošača		Jakopinčić, Stela	
Stavovi generacije Z o elektroničkoj trgovini prilikom kupovine odjevnih predmeta		Posavac, Lorena	
Percepcija mobilnog oglašavanja kod generacije Z		Zebić, Lucija	
Uloga karakteristika mobilnih aplikacija u izgradnji lojalnosti marki		Gradišćak, Sebastijan	
Marketinške aktivnosti u sportskom plesu kao izvedbenoj umjetnosti		Herceg, Patricia	
Percipirana vrijednost i percipirani rizici u kupnji električnih automobila		Slapničar, Petar	
Panično kupovno ponašanje potrošača tijekom pandemije COVID-19		Mađer, Anamarija	
Stavovi potrošača prema učestalosti prikazivanja oglasa u digitalnom okruženju		Davidović Boljkovac, Iris	
UKLJUČENOST POTROŠAČA I NJIHOVA PERCEPCIJA RIZIKA I KORISTI U KUPNJI NAMJEŠTAJA PUTEM INTERNETA		Vlašić, Lucija	
ULOGE 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	
Percepcija posjetitelja o čimbenicima kvalitete usluge na glazbenim festivalima u Republici Hrvatskoj		Filipović, Ivan Kazimir	
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	
Uloga komunikacije društveno odgovornog ponašanja na društvenim medijima u oblikovanju stava potrošača i namjeri elektroničke usmene predaje u kategoriji kozmetičkih proizvoda		Stupar, Petra	
Iskustvo posjetitelja virtualnih muzeja u Republici Hrvatskoj		Ljevak, Tina	

Stavovi potrošača prema korištenju aplikacija za dostavu hrane i njihove namjere ponašanja u vrijeme pandemije COVID-19		Furmek, Valentina	
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	
ULOGA SITUACIJSKIH ČIMBENIKA U PROCESU DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI OSOBA S OŠTEĆENJIMA VIDA		Petrušić, Marija	
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	
PERCEPCIJA KORISNIKA O VRIJEDNOSTI ZABAVNIH MULTIMEDIJALNIH USLUGA NA ZAHTJEV		Rambrot, Josip	
ULOGA MARKETINŠKIH ČIMBENIKA U PERCEPCIJI RAZLIKE U KVALITETI IZMEĐU PRIVATNIH I PROIZVOĐAČKIH MARAKA U KATEGORIJI PREHRAMBENIH PROIZVODA		Gečević, Helena	
Uloga povezanosti s markom i potaknute nostalgije u namjeri ponašanja u kategoriji igara i igračaka		Fuček, Petra	
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	
ULOGA HEDONISTIČKIH I UTILITARNIH MOTIVA PRI ONLINE I FIZIČKOJ KUPOVINI ODJEĆE I PREHRAMBENIH PROIZVODA		Lovrić, Ivana	
MOTIVI POTROŠAČA ZA ŠIRENJE ELEKTRONIČKE USMENE PREDAJE U VIRTUALNIM GRUPAMA		Majetić, Dea	
PERCEPCIJA USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA KOD MLADIH KORISNIKA		Baltić, Dominik	
Čimbenici prihvatanja mobilnih aplikacija za dostavu hrane od strane potrošača		Hrgovčić, Valentina	
Promocija proizvoda u glazbenoj industriji		Ćorić, Marija	
KUPOVNA ORIJENTACIJA ZAPOSLENIH ŽENA I MUŠKARACA U KUPNJI PROIZVODA ŠIROKE POTROŠNJE		Mazić, Daria	
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 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 nostalgичnim markama		Čičak, Katarina	
Čimbenici utjecaja na namjeru kupnje energetske učinkovitih proizvoda među potrošačima generacije Y		Bosnić, Ante	
Uloga zadovoljstva markom, povezanosti s markom i lojalnosti marki u sklonosti potrošača zagovaranju luksuzne marke		Korać, Antonela	
Marketinški čimbenici kao determinanta promjene ponašanja potrošača u korist odabira privatne marke		Jajetić, Daniel	
Uloga nostalgije u iskustvenom marketingu odabranih vrsta proizvoda kulture i umjetnosti		Jelonjić, Andrea	
SKLONOST POTROŠAČA OSTAVLJANJU DODATNOG NOVČANOG IZNOSA ZA PRUŽENU USLUGU U RESTORANIMA		Koledić, Ivona	
ULOGA KORPORATIVNIH MUZEJA U UPRAVLJANJU PERCEPCIJOM AUTENTIČNOSTI LUKSUZNE MODNE MARKE		Kolar, Nera	
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	
Uloga urbanih ikona u razvoju marke grada		Bašić, Anja	
Percepcija mladih o muzejima u Republici Hrvatskoj		Bešlić, Stjepan	