

Vrijeme izvoza: 28.04.2024. 19:37:54

Repozitorij: repozitorij.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 287

Broj izvezenih zapisa: 100

| Naslov                                                                                                                         | URL | Autori            | Naslov izvornika |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------------------|------------------|
| Utjecaj korištenja marketinga usmenom predajom putem društvenih medija na ponašanje potrošača                                  |     | Gregurić, Ivica   |                  |
| Umjetna inteligencija u marketingu                                                                                             |     | Hren, Katarina    |                  |
| Prihvatanje e-maila kao alata izravnog marketinga od strane potrošača                                                          |     | Predovan, Lara    |                  |
| Percepcija pratitelja o utjecaj influencera na vrijednost sportske marke                                                       |     | Blagus, Paula     |                  |
| Utjecaj robne marke na zadovoljstvo potrošača                                                                                  |     | Vuk, Martina      |                  |
| Ispitivanje percepcije potrošača o primjeni umjetne inteligencije u svrhu kreiranja prediktivnih modela u digitalnom okruženju |     | Ivanić, Patricija |                  |
| Marketing žamora                                                                                                               |     | Detić, Ana-Marija |                  |
| Utjecaj sportskog marketinga na stavove pratitelja na društvenim mrežama GNK Dinamo Zagreb                                     |     | Dunaj, Andreja    |                  |
| Prihvaćenost sadržaja na Instagramu vezanog uz zdrave životne navike od strane generacije Z                                    |     | Ivanović, Tanja   |                  |
| Utjecaj sadržaja na društvenim mrežama na stavove krajnjih potrošača                                                           |     | Ivanagić, Iva     |                  |
| Društveni CRM                                                                                                                  |     | Borak, Gabrijela  |                  |
| Influencerski marketing                                                                                                        |     | Kaniški, Izabela  |                  |
| Marketing na društvenim mrežama                                                                                                |     | Golubić, Ena      |                  |
| Mobilni marketing                                                                                                              |     | Kralj, Maja       |                  |
| Ponašanje generacije Z u online kupnji                                                                                         |     | Tomšić, Nikolina  |                  |
| Zaštita podataka u digitalnom marketingu                                                                                       |     | Čiko, Ivana       |                  |

|                                                                                                               |  |                      |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------|--|
| Lojalnost i zadovoljstvo kupaca                                                                               |  | Dragčević, Magdalena |  |
| Tehnike unapređenja prodaje duhanskih supstituta                                                              |  | Ružman, Martina      |  |
| Usporedba platformi za email marketing                                                                        |  | Martinović, Sara     |  |
| Komunikacija u prodaji                                                                                        |  | Đurasek, Petra       |  |
| Marketing sadržaja u online novinarstvu                                                                       |  | Musović, Lucija      |  |
| Uloga i značaj društvenih medija u kriznom komuniciranju                                                      |  | Rihtarić, Ivan       |  |
| Utjecaj udruženog marketinga na ponašanje potrošača                                                           |  | Kulier, Luka         |  |
| Angažiranje kupaca na društvenim mrežama                                                                      |  | Novak, Martina       |  |
| Ponašanja kupaca u online kupnji                                                                              |  | Gerić, Ivana         |  |
| Utjecaj direktnog marketinga putem interneta na ponašanje potrošača                                           |  | Bogdan, Nikolina     |  |
| Utjecaj društvenih mreža na donošenje odluka o kupnji                                                         |  | Grudiček, Ines       |  |
| Video marketing u funkciji privlačenja kupaca                                                                 |  | Ljubić, Petra        |  |
| Marketing turističkih destinacija                                                                             |  | Stojko, Barbara      |  |
| Utjecaj društvenih mreža na potrošačke navike generacije Z                                                    |  | Pongračić, Anja      |  |
| Utjecaj izvornih hrvatskih proizvoda na promjenu stavova i kupovnog ponašanja potrošača tekstilnoj industriji |  | Lukša, Tea           |  |
| Utjecaj marke na lojalnost kupaca                                                                             |  | Bakšaj, Aneta        |  |
| Facebook zajednica robnih marki                                                                               |  | Erdelja, Katarina    |  |
| Marketing putem utjecajnih osoba                                                                              |  | Flegar, Rea          |  |
| Primjena marketinških aktivnosti u svrhu poticanja mladih na volonterski rad                                  |  | Žulić, Marija        |  |
| Utjecaj zemlje podrijetla kao elementa marke na percepciju potrošača                                          |  | Čeke, Patricia       |  |
| Elektronički distributivni kanali                                                                             |  | Šimunić, Viktoria    |  |
| Uloga oglašavanja u kupnji                                                                                    |  | Mikulaš, Patricija   |  |
| Marketinški splet u obiteljsko poljoprivrednom gospodarstvu                                                   |  | Bukovac, Barbara     |  |
| Multimedijski sadržaj u digitalnom marketingu                                                                 |  | Šarčević, Lidija     |  |

|                                                                                               |  |                     |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| Stvaranje zadovoljstva i lojalnosti prema privatnim markama iz perspektive krajnjih potrošača |  | Miroić, Lucija      |  |
| Važnost analitike u digitalnom marketingu                                                     |  | Čelig, Andrijana    |  |
| Povezanost vrsta poruka i ponašanja                                                           |  | Golub, Laura        |  |
| Primjena promotivnih aktivnosti u online trgovanju                                            |  | Tomašek, Ivana      |  |
| Primjena promotivnih aktivnosti u sportskom marketingu                                        |  | Vardić, Ivan        |  |
| Razvoj novog proizvoda                                                                        |  | Erdelja, Miha       |  |
| Utjecaj oglašavanja na društvenim mrežama na proces donošenja odluke o kupnji                 |  | Cmrečnjak, Danijela |  |
| Marketinške aktivnosti u procesu kreiranja novog proizvoda                                    |  | Obradović, Ana      |  |
| Nove tehnologije u marketingu                                                                 |  | Bestijanić, Ines    |  |
| Prirodno oglašavanje                                                                          |  | Sraga, Iva          |  |
| Utjecaj online recenzija na proces donošenja odluke o kupnji                                  |  | Cingesar, Martina   |  |
| Veliki podaci i njihov utjecaj na marketing                                                   |  | Halužan, Mia        |  |
| Uloga baza podataka u digitalnom marketingu                                                   |  | Turk, Marija        |  |
| Utjecaj COVID-19 pandemije na online prodaju iz perspektive potrošača i prodavača             |  | Leskovar, Mihael    |  |
| Utjecaj chatbotova u prodajnoj komunikaciji                                                   |  | Vuk, Martina        |  |
| Oglašavanje na društvenim mrežama                                                             |  | Tomšić, Nikolina    |  |
| Primjena velikih podataka u CRM-u                                                             |  | Antolić, Leonarda   |  |
| Uloga ljudskih potencijala u poslovnim procesu                                                |  | Kolarić, Ana        |  |
| Online video oglašavanje                                                                      |  | Ivanić, Patricija   |  |
| Utjecaj usmene predaje u online okruženju na kupnju                                           |  | Lisjak, Karla       |  |
| Zadovoljstvo kupaca u online kupnji                                                           |  | Krušlin, Augustina  |  |
| Utjecaj pandemije korona virusa na kupovne navike potrošača u online okruženju                |  | Medved, Marina      |  |
| SEO kao element promotivnog spleta internetskog marketinga                                    |  | Kozić, Vedran       |  |
| Primjena društvenih mreža u malom i srednjem poduzetništvu                                    |  | Vrban, Kristina     |  |

|                                                                                             |  |                     |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| WordPress kao platforma za udruženi marketing                                               |  | Raguž, Katarina     |  |
| Uloga blokatora oglasa u internetskom oglašavanju                                           |  | Oslić, Petra        |  |
| Društvene mreže kao kanal komunikacije u marketingu                                         |  | Mikić, Petar        |  |
| Prihvaćenost Facebook oglašavanja od strane generacije Z                                    |  | Mišetić, Ante       |  |
| Potencijali chatbot oglašavanja                                                             |  | Valentina, Mundar   |  |
| Utjecajni marketing                                                                         |  | Aleksandra, Osivnik |  |
| Marketing experience in gaming industry                                                     |  | Šarić, Ante         |  |
| Online video oglašavanje                                                                    |  | Lea, Treska         |  |
| Upravljanje kanalima distribucije                                                           |  | Čeko, Saša          |  |
| Utjecaj programa lojalnosti na ponašanje kupaca                                             |  | Barić, Sara         |  |
| Oglašavanje kao dio promotivnog spleta u digitalnom okruženju                               |  | Magdalena, Škvorc   |  |
| Prednosti i nedostaci oglašavanja na društvenim mrežama iz perspektive potrošača i poduzeća |  | Martinović, Sara    |  |
| Psihološki utjecaj boja i dizajna proizvoda na kupnju                                       |  | Ačkar, Andrea       |  |
| Uloga marketinga sadržaja u kreiranju marke gadgeta                                         |  | Perak, Ana          |  |
| Upravljanje zadovoljstvom klijenata                                                         |  | Sečan, Marta        |  |
| Utjecaj marketinških aktivnosti na lojalnost potrošača generacije „Z“                       |  | Bobek, Dajana       |  |
| Utjecaj unapređenja prodaje na ponašanje potrošača                                          |  | Kanižaj, Paula      |  |
| Lojalnost klijenata                                                                         |  | Gerić, Ivana        |  |
| Ponašanje potrošača                                                                         |  | Grudiček, Ines      |  |
| Provođenje istraživanja tržišta za potrebe mjerenje zadovoljstva klijenata                  |  | Sedak, Helena       |  |
| Utjecaj referentne grupe na ponašanje potrošača                                             |  | Čeh, Lucija         |  |
| Donošenje odluka o kupnji                                                                   |  | Flegar, Rea         |  |
| Trendovi u mobilnom oglašavanju                                                             |  | Slunjski, Valentina |  |
| Uloga društvenih mreža u marketingu                                                         |  | Damiš, Ivona        |  |

|                                                                                                                             |  |                    |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------|--|
| Utjecaj društvenih mreža na proces donošenja odluke o kupnji                                                                |  | Antolović, Ana     |  |
| Utjecaj oglašavanja na ponašanje kupaca                                                                                     |  | Dravinski, Martina |  |
| Utjecaj čimbenika lojalnosti spram marke na kupovne navike potrošača                                                        |  | Varga, Nikolina    |  |
| Razvoj hibridnog modela koji povezuje Delphi metodu i neizrazite sustave za definiranje prodajne strategije mobilnih usluga |  | Mejaš, Petra       |  |
| Digitalni marketing                                                                                                         |  | Lorena, Šimić      |  |
| Konzumerizam kao oblik društveno odgovornog marketinga                                                                      |  | Aristan, Mateja    |  |
| Marketing putem društvenih mreža                                                                                            |  | Petek, Antonela    |  |
| Primjena Clickstream analize u procesima CRM-a                                                                              |  | Domagoj, Samardžić |  |
| Uloga internog marketinga u motiviranju zaposlenika                                                                         |  | Mirela, Andrijević |  |
| Primjena umjetne inteligencije u marketingu                                                                                 |  | Mandić, Luka       |  |
| Izravni marketing                                                                                                           |  | Šuker, Mislav      |  |
| Utjecaj društvenih mreža na ponašanje potrošača                                                                             |  | Tomašek, Lucija    |  |
| Mobilni marketing kao oblik izravnog marketinga                                                                             |  | Brodnjak, Doris    |  |
| Utjecaj obitelji na ponašanje potrošača                                                                                     |  | Frinčić, Ana       |  |
| Marketing stvari                                                                                                            |  | Rabuzin, Lucija    |  |
| Utjecaj influencera na proces donošenja odluke o kupnji                                                                     |  | Mesarić, Sanja     |  |
| Društveno odgovoran marketing na primjeru Konzumovih Zdravoljubaca                                                          |  | Kolarić, Ana       |  |
| Upravljanje odnosima s klijentima na primjeru PBZ-a                                                                         |  | Dominić, Silvija   |  |
| Utjecajni marketing                                                                                                         |  | Kadojić, Mirela    |  |
| Etičnost oglašavanja u digitalnom marketingu                                                                                |  | Tomičić, Doris     |  |
| Internetski marketing                                                                                                       |  | Antolić, Leonarda  |  |
| Marketing putem elektroničke pošte                                                                                          |  | Leskovar, Mihael   |  |
| Primjena marketinga usluga u osiguravajućem društvu                                                                         |  | Medved, Marina     |  |
| Primjena umjetne inteligencije u marketingu                                                                                 |  | Ptiček, Monika     |  |

|                                                                                      |  |                    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------|--|
| Utjecaj obitelji na ponašanje potrošača prilikom odluke o kupnji                     |  | Marijan, Krobot    |  |
| E-mail marketing kao element promotivnog spleta internetskog marketinga              |  | Čmarec, Jadranka   |  |
| STP analiza                                                                          |  | Vrhovec, Barbara   |  |
| Upravljanje marketinškom komunikacijom putem virtualnih zajednica                    |  | Bilokapić, Stipe   |  |
| Istraživanje čimbenika utjecaja na ponašanje milenijalaca kod online kupnje          |  | Leljak, Lucija     |  |
| Marketinški planovi                                                                  |  | Krušlin, Augustina |  |
| Marketinško upravljanje bazama podataka                                              |  | Lisjak, Karla      |  |
| Životni ciklus proizvoda                                                             |  | Štander, Roberta   |  |
| Mobilni marketing i izvori nezadovoljstva primatelja poruka kod mobilnog oglašavanja |  | Patrik, Slamić     |  |
| Životni ciklus proizvoda                                                             |  | Puček, Igor        |  |
| Izravni marketing                                                                    |  | Petrić, Bojana     |  |
| Marketing u kulturi i umjetnosti                                                     |  | Srnec, Mia         |  |
| Izrada prediktivnih modela u marketingu                                              |  | Erna, Golubić      |  |
| Osobna prodaja kao disciplina i osnove ponašanja prodavača                           |  | Pošpaić, Valentina |  |
| Marketing u turizmu                                                                  |  | Ferdelja, Ana      |  |
| Primjena umjetne inteligencije u marketingu                                          |  | Marta, Hundrić     |  |
| Utjecajni marketing                                                                  |  | Pršec, Antonio     |  |
| Važnost e-trgovine sa gledišta generacije „Y“                                        |  | Daria, Premuš      |  |
| Izazovi u internetskoj marketinškoj komunikaciji                                     |  | Odeljan, Petra     |  |
| Marketing u bankarstvu                                                               |  | Radić, Ana-Marija  |  |
| Društvene mreže kao suvremeni kanal izravnog marketinga                              |  | Bukvić, Arijana    |  |
| Praćenje korisnika na webu                                                           |  | Petra, Tetec       |  |
| Značaj utjecajnih osoba na marketinške aktivnosti na društvenim mrežama              |  | Vukša, Ivana       |  |
| Televizijski marketing kao dio izravnog marketinga                                   |  | Magdalena, Škvorc  |  |
| Utjecaj društvenih mreža na vrijednost marke                                         |  | Kutnjak, Franja    |  |

|                                                                                                             |  |                      |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------|--|
| Implementacija velikih vrsta podataka u CRM                                                                 |  | Pero, Batinić        |  |
| Marketinške paradigme digitalnog doba                                                                       |  | Valentina, Kurtanjek |  |
| Oglašavanje kao element promotivnog spleta internetskog marketinga                                          |  | Doris, Cvetković     |  |
| Primjena novih tehnologija u marketingu s osvrtom na marketing stvari                                       |  | Petra, Šestak        |  |
| Upravljanje promotivnim aktivnostima na društvenim mrežama na primjeru poduzeća iz Međimurske županije      |  | Martina, Pahek       |  |
| Izgradnja lojalnosti kupaca                                                                                 |  | Tkalčec, Anamarija   |  |
| Prihvaćenost programa lojalnosti od strane generacije Y                                                     |  | Valentina, Mundar    |  |
| Prodaja putem interneta                                                                                     |  | Gašparić, Karla      |  |
| STP analiza                                                                                                 |  | Antolović, Ana       |  |
| Upravljanje promocijom                                                                                      |  | Bobek, Dajana        |  |
| Upravljanje robnom markom                                                                                   |  | Bedić, Emina         |  |
| Životni ciklus proizvoda                                                                                    |  | Črep, Mia            |  |
| Marketinško upravljanje bazama podataka                                                                     |  | Pikl, Lorena         |  |
| Ponašanje potrošača                                                                                         |  | Lea, Treska          |  |
| Optimizacija web mjesta kao element promotivnog spleta internetskog marketinga                              |  | Erceg, Monika        |  |
| Marketinško usmjeravanje prehrambene industrije prema potrošačima digitalnog doba – generaciji Milenijalaca |  | Podoreški, Silvija   |  |
| Izravni marketing                                                                                           |  | Gašparić, Tea        |  |
| STP analiza                                                                                                 |  | Kovač, Lucija        |  |
| Upravljanje oglašavanjem                                                                                    |  | Cugovčan, Antonio    |  |
| Praćenje ponašanja kupaca korištenjem velikih podataka                                                      |  | Horvat, Valentina    |  |
| Virtualna i proširena stvarnost u marketingu                                                                |  | Šarić, Ante          |  |
| Uloga segmentacije tržišta u marketingu                                                                     |  | Radovanović, Isak    |  |
| Upravljanje promocijom                                                                                      |  | Željezić, Gordana    |  |
| Analiza e-trgovine na tržištu Sjeverne Hrvatske                                                             |  | Grabušić, Dubravka   |  |

|                                                                                                |  |                     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| Iskorištavanje marketinga društvenih mreža u malim poduzećima                                  |  | Majstorović, Ana    |  |
| Istraživanje tržišta                                                                           |  | Đud, Dajana         |  |
| Korištenje web stranica kao promotivnog sredstva u turističkoj djelatnosti međimurske županije |  | Klovar, Lara        |  |
| Personalizacija u realnom vremenu                                                              |  | Valjak, Marko       |  |
| Uloga velikih podataka na formiranje marketinških strategija                                   |  | Hižak, Jelena       |  |
| Upotreba velikih podataka u izradi prediktivnih modela                                         |  | Jambrošić, Ines     |  |
| Utjecaj online oglašavanja na kupovno ponašanje potrošača                                      |  | Cesarec, Andreja    |  |
| Obrada fotografija za marketinške svrhe                                                        |  | Glavaš, Manuela     |  |
| Društveno odgovoran marketing                                                                  |  | Djak, Ivana         |  |
| Era pametnih telefona i dostupnost marketinških aktivnosti kroz aplikacije                     |  | Vidoni, Anamarija   |  |
| Istraživanje tržišta u eri velikih podataka                                                    |  | Meštrović, Dubravko |  |
| Internetski marketing mikro i malih poduzeća                                                   |  | Mlatilik, Ines      |  |
| Ponašanje potrošača prilikom donošenja odluke o kupnji                                         |  | Tomašek, Lucija     |  |
| Primjena udruženog marketinga kao strategije internet marketinga u Republici Hrvatskoj         |  | Pejnović, Lucija    |  |
| Strategije određivanja cijene                                                                  |  | Rabuzin, Lucija     |  |
| Uloga marketinga prilikom razvoja novog proizvoda                                              |  | Vardić, Ivan        |  |
| Upravljanje odnosima s kupcima korištenjem velikih podataka                                    |  | Hamzić, Edo         |  |
| Društvena odgovornost i etika u marketingu                                                     |  | Leljak, Lucija      |  |
| Korištenje poznatih osoba u promotivnim kampanjama                                             |  | Čačko, Dario        |  |
| Upravljanje oglašavanjem                                                                       |  | Mesarić, Sanja      |  |
| Učinkovitost banner oglašavanja s pojavom bannerskog sljepila                                  |  | Cvrlja, Josipa      |  |
| Zemlja podrijetla kao nositelj marke                                                           |  | Grkavac, Magdalena  |  |
| Utjecaj virusnog marketinga na vrijednost marke                                                |  | Ramljak, Katarina   |  |
| Internet marketing i online društvene mreže                                                    |  | Beneta, Patricija   |  |



|                                                                                              |  |                    |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------|--|
| Poznate osobe kao nositelji marke                                                            |  | Bradić, Robert     |  |
| Životna vrijednost kupaca                                                                    |  | Pomper, Petra      |  |
| Gerilski marketing                                                                           |  | Milak, Antonija    |  |
| Marketing na tražilicama i oglašivačkim mrežama                                              |  | Kidjemet, Mateja   |  |
| Politike određivanje cijena                                                                  |  | Stepanić, Vladimir |  |
| Uloga društvenih mreža u virusnom marketingu                                                 |  | Mikuljan, Martin   |  |
| Uloga segmentacije u e-mail marketingu                                                       |  | Šinko, Filip       |  |
| Utjecaj stavova i preferencija generacije y na učestalost i namjeru kupovine putem interneta |  | Princ, Tomislav    |  |
| Zadržavanje i vjernost kupaca                                                                |  | Šantek, Tajana     |  |
| Optimizacija i marketing web stranica na web tražilicama                                     |  | Zekić, Žana        |  |
| Utjecaj cijene na zadovoljstvo i lojalnost generacije Y prilikom kupnje putem interneta      |  | Hustić, Ivana      |  |
| Korištenje interaktivnih medija u komunikaciji s potrošačima                                 |  | Tomičić, Doris     |  |
| Mobilno oglašavanje                                                                          |  | Šalamon, Jurica    |  |
| Viralni marketing                                                                            |  | Križanec, Brigita  |  |
| Emocionalna povezanost marke s potrošačima                                                   |  | Stančin, Kristian  |  |
| Ciljni marketing                                                                             |  | Krleža, Sandra     |  |
| Maloprodajni katalozi                                                                        |  | Filipović, Arijana |  |
| Elektronički marketing i online društvene mreže                                              |  | Poljak, Melanija   |  |
| Marketinško upravljanje bazama podataka                                                      |  | Đunđek, Marija     |  |
| Ocjena marketinške strategije korištenjem životnog vijeka kupaca                             |  | Štefan, Sara       |  |
| Oglašavanje usmjereno djeci                                                                  |  | Gazdek, Ana        |  |
| Utjecaj zemlje podrijetla na odluku o kupnji                                                 |  | Horvat, Dario      |  |
| Marketing putem društvenih mreža                                                             |  | Plahtarić, Ivana   |  |
| Robinsonova lista                                                                            |  | Habek, Ela         |  |

|                                                                                          |  |                     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| Upravljanje odnosima s kupcima u trgovini                                                |  | Šarić, Branka       |  |
| Marketing putem elektroničke pošte                                                       |  | Horvat, Valentina   |  |
| Marketinški sustav konkurentske prednosti mikro poduzetništva i obrta                    |  | Magić, Maja         |  |
| Utjecaj programa lojalnosti na zadovoljstvo i lojalnost kupaca                           |  | Majcen, Ena         |  |
| Upravljanje odnosima s javnošću                                                          |  | Dukarić, Jožica     |  |
| Upravljanje veleprodajom                                                                 |  | Franjević, Kristina |  |
| Elementi promotivnog spleta u internetskom marketingu                                    |  | Lukanec, Dino       |  |
| Istraživanje zadovoljstva kupaca                                                         |  | Kičin, Ivan         |  |
| Marketinške odluke maloprodaje                                                           |  | Ujvari, Denis       |  |
| Promotivne aktivnosti na društvenim mrežama                                              |  | Marić, Aleksandar   |  |
| Praćenje ponašanja kupaca primjenom RFM analize                                          |  | Bublić, Mario       |  |
| Uloga segmentacije na osnovi ponašanja kod prihvaćanja e-usluge                          |  | Plastić, Matija     |  |
| Utjecaj internet marketinga na formiranje čovjeka kao potrošača                          |  | Grgača, Gabrijela   |  |
| Internetski marketing                                                                    |  | Posedi, Maja        |  |
| Određivanje životne vrijednosti kupaca                                                   |  | Rendulić, Suzana    |  |
| Utjecaj subliminalnih poruka na odluku o kupnji                                          |  | Stančin, Kristian   |  |
| Izgradnja lojalnosti kupaca                                                              |  | Toplek, Dijana      |  |
| Aktivnosti unapređenja prodaje                                                           |  | Ladić, Jasmina      |  |
| Novi tehnološki potpomognuti oblici interaktivne marketinške komunikacije                |  | Jambrović, Petra    |  |
| Upravljanje osobnom prodajom tvrtke Oriflame                                             |  | Kelemen, Suzana     |  |
| Uloga prikrivenog oglašavanja na potrošače                                               |  | Brašnić, Katarina   |  |
| Utjecaj internog marketinga na motivaciju zaposlenika                                    |  | Šegović, Veronika   |  |
| Stvaranje vizualnog identiteta poduzeća korištenjem Interneta kao komunikacijskog medija |  | Miloščić, Valentina |  |
| Prepoznavanje vlastitih kupaca                                                           |  | Blašković, Mihovil  |  |
| Marketinške aktivnosti u javnoj vatrogasnoj postrojbi                                    |  | Brkić, Milenko      |  |

|                                                                               |  |                     |  |
|-------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| Odnosi s javnošću na društvenim mrežama                                       |  | Ilić, Alen          |  |
| Rudarenje podataka u funkciji unapređenja zadovoljstva kupaca                 |  | Mehkek, Nikola      |  |
| Upravljanje životnim ciklusom proizvoda                                       |  | Balov, Viktor       |  |
| Istraživanje tržišta za potrebe marketinškog odlučivanja na stranim tržištima |  | Slunjski, Deni      |  |
| Izgradnja lojalnosti kupaca                                                   |  | Ivačić, Darina      |  |
| Marketing na društvenim mrežama                                               |  | Ivačić, Mateja      |  |
| Primjena proširene stvarnosti u marketingu                                    |  | Rokov, Ozano        |  |
| Analitički CRM                                                                |  | Čizmešija, Antonela |  |
| Integrirana marketinška komunikacija                                          |  | Bunić, Tanja        |  |
| Trgovački sajmovi kao medij izravnog marketinga                               |  | Kitner, Helena      |  |
| Upravljanje marketinškim informacijskim sustavom                              |  | Babić, Dajana       |  |
| Televizija kao medij izravnog marketinga                                      |  | Havoić, Marko       |  |
| Upravljanje odnosima s klijentima upotrebom Sugar CRM programskog rješenja    |  | Fajdetić, Igor      |  |
| Maloprodajni katalogi i njihovo korištenje na području RH                     |  | Bogeljić, Vladimir  |  |
| Komunikacija menadžera u multikulturalnom okruženju                           |  | Bojanić, Anita      |  |
| Marketinški miks poduzeća "Nokia"                                             |  | Jakuš, Sanja        |  |
| Marketing usmenom predajom                                                    |  | Rigo, Danijel       |  |
| Oglašavanje putem Web stranice                                                |  | Ostojić, Mirjana    |  |
| Mobilno poslovanje                                                            |  | Baksa, Siniša       |  |
| Komunikacija putem društvenih medija                                          |  | Vučković, Sanjin    |  |
| Osobna prodaja                                                                |  | Franjević, Tamara   |  |
| Usporedba tehnika tradicionalnog i internet marketinga                        |  | Brkić, Alen         |  |
| Utjecaj CRM-a na lojalnost kupaca                                             |  | Babić, Šime         |  |
| Etičnost u oglašavanju                                                        |  | Višević, Jelena     |  |
| Istraživanje za potrebe razvoja nove usluge                                   |  | Kuzminski, Lea      |  |

|                                                                                       |  |                                                        |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------|--|
| Marketing usluga                                                                      |  | Hajdinjak, Jelena                                      |  |
| Pozicioniranje na tržištu                                                             |  | Horvatić, Nives                                        |  |
| Organizacijska komunikacija u kriznoj situaciji                                       |  | Cajzek, Ksenija                                        |  |
| Publicitet i odnosi s javnošću kao element promotivnog spleta                         |  | Šebečić, Dijana                                        |  |
| Utjecaj marke na lojalnost kupaca                                                     |  | Japek Korpar, Spomenka                                 |  |
| Elementi promotivnog spleta Internet marketinga                                       |  | Šuman, Vedran                                          |  |
| Etičnost u izravnom marketingu                                                        |  | Sudec, Andreja                                         |  |
| Poslovni modeli na internetu                                                          |  | Kovačić, Mateja                                        |  |
| Uloga špeditera kao karike logističkog lanca                                          |  | Klaić, Tomislav                                        |  |
| Uloga BCG matrice u marketinškom planiranju                                           |  | Runac, Ivo                                             |  |
| QR kodovi u marketingu                                                                |  | Letica, Zlatan                                         |  |
| Geodemografska segmentacija tržišta                                                   |  | Živčec, Mateja                                         |  |
| Oglašavanje putem društvenih mreža                                                    |  | Kolesarić, Vedran                                      |  |
| Uloga carine u uvjetima pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji                |  | Zadavec, Krunoslav                                     |  |
| Kolaborativno upravljanje lancem opskrbe                                              |  | Petrinić, Kristina                                     |  |
| Strategija razvoja vanjskotrgovinske razmjene RH                                      |  | Plantak, Mateja                                        |  |
| Upravljanje integralnom logistikom                                                    |  | Peček, Saša                                            |  |
| Predviđanje ponašanja kupaca korištenjem RFM analize                                  |  | Štefulj, Dejan                                         |  |
| The importance of database marketing in social network advertising                    |  | Gregurec, Iva; Vranešević, Tihomir;<br>Dobrinić, Damir |  |
| Integrirani izravni marketing                                                         |  | Križnjak, Mario                                        |  |
| Marketing baze podataka                                                               |  | Pavetić, Dražen                                        |  |
| Marketing društvenih medija                                                           |  | Šestak, Matea                                          |  |
| Direktne strane investicije i kolaborativni sporazumi u vanjskotrgovinskom poslovanju |  | Brezovec, Nikola                                       |  |
| Tehnike prikupljanja podataka u upravljanju odnosima s klijentima                     |  | Božić, Ivana                                           |  |

|                                                             |  |                  |  |
|-------------------------------------------------------------|--|------------------|--|
| Evaluacija i odabir tržišta u vanjskotrgovinskom poslovanju |  | Ribić, Vinko     |  |
| Postizanje komparativnih prednosti logistikom               |  | Posavec, Silvija |  |
| Međunarodni/globalni marketing                              |  | Dobrinić, Damir  |  |
| Novi marketinški mediji                                     |  | Dobrinić, Damir  |  |