https://repozitorij.unizg.hr/user/profile/mbz/237641

Vrijeme izvoza: 29.03.2024. 13:32:47
Repozitorij: repozitorij.unizg.hr
Ukupan broj zapisa na URL-u: 69
Broj izvezenih zapisa: 69

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Utjecaj stavova o etičnosti online maloprodaje na povjerenje potrošača		Slišković, Ana	
Razlike u stavovima prema vanjskom oglašavanju u sportu na primjeru nogometnih dresova obzirom na generacijsku pripadnost		Medek, Tom	
Interna percepcija marke poslodavca u industriji zrakoplovnih poduzeća		Strižak, Dorian	
Mogućnosti primjene umjetne inteligencije u digitalnom marketingu		Prekratić, Stela	
Percepcija kulture otkazivanja među potrošačima u Republici Hrvatskoj		Dujmović, Eugen	
Upoznatost potrošača s pojmom ekomanipulacije (greenwashinga) u marketingu		Zemljić, Ivana	
Izazovi primjene kontroverznog oglašavanja iz perspektive poduzeća		Bračun, Sara	
Specifičnosti ponude vrijednosti utjecajnih osoba		Dujić, Ana-Marija	
Strategije korporativnih blogova kao dio marketinga sadržaja na poslovnom tržištu		Vnučec, Ivana	
Analiza prikladnosti uvođenja marketinga odnosa u malo obiteljsko poduzeće		Šakić, Lorena	
Analiza vjerodostojnosti društvenih mreža kao izvora komunikacije Vlade Republike Hrvatske		Lehpaner, Laura	
Povezanost događanja i angažiranosti potrošača		Lešić, Vana	
Primjena održive marketinške orijentacije u farmaceutskoj industriji u Republici Hrvatskoj		Madirazza, Dunja	
Mjerenje uspješnosti marke Hrvatska na temelju metodologije „Nation Brands Index“		Kunštić, Leonarda	
Upravljanje lojalnošću kupaca putem digitaliziranih programa lojalnosti		Knez, Dora	
Perspektive i ograničenja proizvoda životnih osiguranja za stariju životnu dob		Jurčević, Ivanka	
Čimbenici koji utječu na donošenje odluke o kupovini police osiguranja u Republici Hrvatskoj		Čamber, Verica	
Načini raspolaganja odjećom i ekološka osviještenost potrošača pripadnika generacije Y		Janjac, Ivana	

Stavovi potrošača o prikrivenom oglašavanju na "video na zahtjev" platformama		Gorički, Lucija	
ISTRAŽIVANJE GLAVNIH ODREDNICA PONAŠANJA INDIVIDUALNIH DONATORA KAO POLAZIŠTE DEFINIRANJA PROGRAMA PRIKUPLJANJA DONACIJA U NEPROFITNOM SEKTORU		Milošević, Mathea	
Procjena digitalne zrelosti društava za osiguranje na tržištu Republike Hrvatske		Duvnjak, Mirela	
Istraživanje zadovoljstva mladih kupaca procesom online kupovine u domaćoj internetskoj trgovini		Krištić, Leona	
UTJECAJ DRUŠTVENE MREŽE TIKTOK I UTJECAJNIH OSOBA NA KUPOVNO PONAŠANJE GENERACIJE Z		Fržop, Nera	
Stavovi prema apelu na seks u oglasima s obzirom na generacijsku pripadnost		Banek, Leo	
Utjecaj izloženosti kampanji marketinga općeg dobra na percipiranu osobnost korporativne marke		Lauš, Monika	
Digitalna disrupcija u procesima prijave i obrade odštetnih zahtjeva imovine		Parlov, Hrvoje	
Lobiranje u području prava tržišnog natjecanja u Europskoj uniji		Vasilj Kasabašić, Mihaela	
Digitalne navike učestalosti konzumacije društvenih mreža baziranih na video sadržaju		Dugandžić, Petra	
Scenario analiza u funkciji predviđanja budućnosti generacijske tranzicije u obiteljskim poduzećima		Senegović, Iva	
Zaposlenici kao ambasadori marke poslodavca		Perić, Maja	
Kupovna orijentacija žena pripadnica generacije Y prilikom odabira kozmetičkih proizvoda		Vlašić, Matea	
Analiza korištenja društvenih mreža u oglašavanju malih i srednjih poduzeća na poslovnom tržištu u Hrvatskoj		Komar, Filip	
Istraživanje čimbenika koji utječu na uspješnost kampanja marketinga općeg dobra		Tomić, Jelena	
Upravljanje sadržajem u kontekstu digitalnog marketinga na poslovnom tržištu		Guštin, Valentina	
Utjecaj sustava upravljanja idejama kroz internu komunikaciju na zadovoljstvo zaposlenika u poduzeću iz rent-a-car industrije		Parilac, Petar	
Promocija društvene odgovornosti poduzeća kroz strateška partnersta		Šmuc, Matea	
Razvoj i upravljanje markom usluge na poslovnim tržištima		Babić, Lucija	
Primjena metoda evaluacije aktivnosti odnosa s javnošću u hrvatskim komunikacijskim agencijama		Bojić, Luka	
Upravljanje kampanjom odnosa s javnošću u hrvatskim muzejima		Pastuović, Ana	
Etičke implikacije oglašavanja usmjerenog prema djeci u prehrambenoj industriji		Majcenović, Marijan	
Ispitivanje zadovoljstva internom komunikacijom unutar kreativnih marketinških agencija u Hrvatskoj		Horvat, Patrik	

Utjecaj oglašavanja na uspješnost političkih kampanja		Grubišić-Čabo, Gabrijela	
Poistovjećivanje mladih s markom u procesu donošenja odluke o kupnji		Bradvica, Barbara	
Utjecaj društveno odgovornih aktivnosti poduzeća na odlučivanje potrošača		Valjak, Mateja	
PERCEPCIJA POTROŠAČA O EKOLOŠKOJ ODGOVORNOSTI I NJIHOVOM EKOLOŠKI ODGOVORNOM PONAŠANJU		Pavlija, Ana Maria	
GENERIČKE STRATEGIJE M. PORTERA		Pelivanović, Filip	
Percepcija i upoznatost studenata s održivim razvojem i marketingom održivosti u Republici Hrvatskoj		Krešo, Damir	
Društveno odgovorni marketing u industriji igara na sreću u Republici Hrvatskoj		Mifka, Vlatka	
Aktivnosti društveno odgovornog marketinga u malim i srednjim poduzećima		Bradica, Hrvoje	
Specifičnosti prodaje i pregovaranja u segmentu paketne dostave na hrvatskom poslovnom tržištu		Vejin, Ivan	
Pravo oglašavanja u kontekstu zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji		Čavka, Petra	
Korištenje digitalnih medija u političkim kompanjama		Kušec, Nikola	
Povezanost religije i etike u marketingu		Mirt, Mateja	
UTJECAJ ČIMBENIKA U PROCESU DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI AUTOMOBILA		Pasini, Petar	
Osobnost bankarske marke		Mihotić, Lucija	
Potrošačka uključenost žena pri odabiru dizajnerske odjeće		Knežević, Ivana	
Krizno komuniciranje u planovima upravljanja poslovnog kontinuiteta		Keranović, Erna	
Povezanost odnosa s javnošću i društvene odgovornsti velikih poduzeća u Republici Hrvatskoj		Gadanec, Jelena	
GERILA MARKETING		Karaman, Zdenka	
Komunikacija predsjedničkih kandidata na društvenim mrežama na izborima 2015.		Skala, David	
Povezanost marketinške strategije i organizacijske strukture		Kajkić, Marijana	
Uspješnost kampanja marketinga opće dobrobiti		Pokorni, Sanja	
Utjecaj karakteristika poduzeća na percipirani imidž poduzeća kao poželjnog poslodavca		Raguž, Zrinka	
Čimbenici koji utječu na kupnju i konzumaciju vina hrvatskih potrošača		Orct, Martina	
PONAŠANJE KUPCA U PROCESU DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI NA POSLOVNOM TRŽIŠTU		Mandić, Ivona	
Razvoj i uvođenje na tržište proizvoda INA "ZT SCOOTER" poduzeća INA MAZIVA d.o.o.		Mirić, Marin	

Osobnost marke na poslovnom tržištu: perspektiva interne javnosti		Rašica, Iva	
Predviđanje i odlučivanje o marketinškim strategijama u malim i srednjim poduzećima		Perišić Pavlek, Nena	
Promocija mikro i malih poduzeća internetskim marketingom		Karol Krog, Tamara	