https://repozitorij.efst.unist.hr/en/user/profile/mbz/274212

Time of export: 28.03.2024. 20:15:58
Repository: repozitorij.efst.unist.hr
Number of records on this URL: 49
Records exported: 49

Title	URL	Authors	Host item title
Stavovi potrošača o privatnosti i korištenju besplatnih usluga		Kozina, Sara	
Strateška primjena društvenih medija u marketingu - studij slučaja "Fenty Beauty"		Jerković, Ela	
MOTIVACIJSKI ČIMBENICI KAO DETERMINANTE KUPOVNOG PONAŠANJA POTROŠAČA EKOLOŠKE HRANE		Čavka, Viktoria	
Alati digitalnog oglašavanja restorana u Trogiru		Jozak, Antonela	
Subliminalno oglašavanje i njegov utjecaj na odluku o kupnji		Stjepić, Dora	
TRŽIŠNA VRIJEDNOST MARKE U SPORTU - PRIMJER HNK HAJDUK		Žeravica, Josip	
ULOGA INFLUENCERA U TURIZMU		Ćapin, Ivana	
ZNAČAJ KVALITETE MEĐUOSOBNIH ODNOSA ZA USPJEŠNOST PROJEKATA U SEKTORU PROFESIONALNIH USLUGA		Maričić, Mirela	
PROMOCIJA PUTEM DRUŠTVENIH MEDIJA U SPORTU – PRIMJER NOGOMETA		Crnjac, Ivana	
SPECIFIČNOSTI PROMOCIJE PUTEM INTERNETA U NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA - PRIMJER PJEVAČKOG ZBORA		Mlikota, Ante	
Marketinške aktivnosti financijskih institucija		Ugrin, Andrea	
POTROŠAČKE PERCEPCIJE AKTIVIZMA MARKE I NJEGOVA ULOGA U MARKETINŠKOJ STRATEGIJI PODUZEĆA		Golubić, Ema	
GENERACIJA Z KAO KORISNICI USLUGA - KLJUČNI ČIMBENICI U ODABIRU USLUGE RESTORANA		Mikačić, Dominik	
STRAH OD PROPUŠTENE PRILIKE U EMAIL MARKETINGU		Kelava, Filip	
GERILSKI MARKETING		Milostić, Zara	
MARKETING U EKONOMIJI DIJELJENJA		Pobi, Lucija	
MARKETINŠKE SPECIFIČNOSTI DRUŠTVENIH MREŽA		Lukić, Darija	
PRIPOVIJEDANJE U PROMOCIJI		Banović, Maria	

ULOGA DIGITALNIH KANALA U IZGRADNJI MARKE		Kozina, Sara	
ULOGA DIGITALNOG MARKETINGA U ODRŽAVANJU ODNOSA S GOSTIMA – PRAKSA PRIVATNIH IZNAJMLJIVAČA U RH		Vojnović, Mirna	
ULOGA EMOCIJA U MARKETINGU		Sarić, Tea	
PANDEMIJA I KUPOVNE NAVIKE U INTERNET KUPOVINI		Bralić, Berislav	
UTJECAJ INFLUENCERA NA KUPOVNE ODLUKE MLADIH		Kekez, Antonija	
BIG DATA IN MARKETING		Petričić, Toni	
ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U BRENDIRANJU DESTINACIJE - PRIMJER FACEBOOK I INSTAGRAM		Krivić, Aneta	
DETERMINANTE KOJE UTJEČU NA RECIKLIRANJE NA PRIMJERU KUĆANSTAVA GRADA KAŠTELA		Buzov, Antonija	
MARKETINŠKE IMPLIKACIJE UTJECAJA DRUŠTVENIH MEDIJA NA FORMIRANJE STAVOVA POJEDINCA		Elez, Šime	
DETERMINANTE UTJECAJA POJEDINACA NA DRUŠTVENIM MREŢAMA – PRIMJER INSTAGRAMA		Šerić, Jelena	
MARKETINŠKE IMPLIKACIJE ODNOSA PRIVATNOSTI I PERSONALIZACIJE NA INTERNETU		Kraljević, Marja	
ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U MARKETINGU HOTELA		Šimić, Marija	
ULOGA PERCIPIRANE ETIČNOSTI NA ODABIR MARKE PROIZVODA		Dilber, Josipa	
UPRAVLJANJE MARKOM I IMPULZIVNO KUPOVNO PONAŠANJE		Sablić, Brigita	
UTJECAJ ONLINE RECENZIJA NA IMIDŽ I PRODAJU HOTELA		Pavić, Ana	
ČIMBENICI UTJECAJA NA NAMJERU KUPOVINE EKOLOŠKI DIZAJNIRANE ODJEĆE		Martić Kuran, Linda	
ANALIZA AKTIVNOSTI e-MARKETINGA U MUZEJIMA : STUDIJA SLUČAJA MUZEJA IVANA MEŠTROVIĆA		Meštrović, Stjepan	
MARKETING PUTEM UTJECAJNIH POJEDINACA – PRIMJER INSTAGRAMA		Ivasečko, Natalija	
UTJECAJ FACEBOOK ZAJEDNICA BRENDA NA STAVOVE CILJNIH JAVNOSTI		Gušavac, Tanja	
ULOGA ELEKTRONIČKE USMENE PREDAJE U ODABIRU USLUGA VISOKE ULJUČENOSTI		Brkan, Ana	
DETERMINANTE I UTJECAJ POVJERENJA U KORISNIČKE OSVRTE U KONTEKSTU ONLINE TRGOVINE		Ožić Paić, Sanja	
DETERMINANTE NAMJERE KUPOVINE PUTEM INTERNETA		Alviž, Paula	
POVEZANOST OBLIKA INFORMACIJSKOG SADRŢAJA I MOTIVACIJE POTROŠAČA U KONTEKSTU ODABIRA TURISTIČKE DESTINACIJE		Drašković, Ana	
STAVOVI KORISNIKA O PROMOCIJI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA: PRIMJER FACEBOOKA		Dukić, Valentino	

UTJECAJ ELEKTRONIČKE USMENE PREDAJE NA KUPOVNO PONAŠANJE: PRIMJER FILMSKE INDUSTRIJE		Žure, Antea	
UTJECAJ KARAKTERISTIKA VIDEO OGLASA NA NAMJERE NJEGOVOG DIJELJENJA PUTEM DRUŠTVENIH MEDIJA		Budimir Bekan, Tea	
UTJECAJ PRIMJENE MARKETINGA TEMELJENOG NA SADRŽAJU NA KREIRANJE I PODIZANJE SVIJESTI POTROŠAČA O MARKI PIVA		Duka, Maja	
DETERMINANTE UČINKOVITOSTI OGLAŠAVANJA NA MREŽI NA PRIMJERU OGLAŠAVANJA PUTEM GOOGLE ADWORDS PLATFORME		Pavić, Paula	
Utjecaj online recenzija na kupovno ponašanje		Kovačević, Antea	
UTJECAJ SADRŽAJA NA UKLJUČENOST POTROŠAČA		Radan, Bruno	
ULOGA MOBILNE PLATFORME U PROCESU DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI		Traljić, Davor	