

Vrijeme izvoza: 19.04.2024. 13:37:36

Repozitorij: repozitorij.efst.unist.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 56

Broj izvezenih zapisa: 56

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
TEORIJA "VELIKIH PET" KARAKTERISTIKA OSOBNOSTI I PONAŠAJNI ISHODI U KONTEKSTU KORIŠTENJA MODNIH MALOPRODAJNIH MOBILNIH APLIKACIJA		Dilber, Josipa	
Istraživanje ponašanja korisnika na Youtube platformi: Značaj "Velikih Pet" karakteristika osobnosti		Petričević, Marija	
Značaj motivacijskih čimbenika za ponašanje potrošača: kontekst luksuznih marki		Braica, Hanna	
HRVATSKA IT INDUSTRIJA I NJEZINA PROFITABILNOST		Novokmet, Mario	
STAVOVI, PONAŠANJE POTROŠAČA I ZADOVOLJSTVO KUPOVINOM U KONTEKSTU NAVIJAČKIH (FAN) PROIZVODA		Popović, Valentina	
PERCEPCIJA POTROŠAČA O ETIČNOSTI I KORISNOSTI NEUROMARKETINGA		Rešetar, Nina	
ANGAŽIRANOST POTROŠAČA U ODNOSU NA MARKU (CONSUMER BRAND ENGAGEMENT) I ISHODI PONAŠANJA		Brkan, Ana	
KOMUNIKACIJA S POTROŠAČIMA ZA VRIJEME COVID-19 PANDEMIJE: ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA		Kokan, Josipa	
OMNICHANNELING: VAŽNOST I ZNAČAJ ZA POTROŠAČE I TVRTKE		Laušić, Mia	
PROMJENE STAVOVA POTROŠAČA PREMA ONLINE KUPNJI ZA VRIJEME PANDEMIJE COVID-19		Bodrožić-Brnić, Ana	
ZNAČAJ TEORIJE VELIKIH PET ČIMBENIKA OSOBNOSTI ZA STAVOVE POTROŠAČA PREMA VIDEO OGLAŠAVANJU		Barišić, Ana	
KARAKTERISTIKE OGLASA I PONAŠAJNI ISHODI U KONTEKSTU VIDEO OGLAŠAVANJA		Huljev, Magdalena	
PERCEPCIJA KARAKTERISTIKA WEB STRANICA I ZNAČAJ ZA ONLINE KUPOVNO PONAŠANJE		Katavić, Kristina	
BIHEVIORALNA EKONOMIJA NA PRIMJERU FINANCIJSKIH TRŽIŠTA		Milinović, Josipa	
KONTROVERZNO OGLAŠAVANJE: STAVOVI PREMA OGLASIMA I NAMJERA KUPOVINE		Dragičević, Sara Lucija	
PONAŠANJE I PREFERENCIJE RODITELJA KAO KUPACA OPREME ZA BEBE		Maleničić, Nikolina	

PROMJENA POTROŠAČKIH NAVIKA ZA VRIJEME PANDEMIJE COVID-19		Krolo, Karla	
UTJECAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA ODABIR TURISTIČKE DESTINACIJE: RAZLIKE MEĐU GENERACIJAMA		Kilić, Tina	
UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA I POJEDINACA NA KUPOVNE ODLUKE: PERSPEKTIVA GENERACIJE Z		Bralić, Jure	
ZNAČAJ PERCEPCIJE CIJENA ZA PONAŠANJE POTROŠAČA		Matas, Petra	
MOBILNO OGLAŠAVANJE: STAVOVI POTROŠAČA I NAMJERA KUPOVINE		Novokmet, Mario	
STAVOVI POSLOVNIH KUPACA: PERSPEKTIVA INDUSTRIJE VINA		Kovač, Matija	
STAVOVI POTROŠAČA PREMA ON-LINE KUPOVINI PROIZVODA ŠIROKE POTROŠNJE		Purić, Nikolina	
UVOĐENJE NOVOG PROIZVODA NA TRŽIŠTE: PRIMJER TVRTKE „HEDERA D.O.O.“		Radić, Ivan	
OČEKIVANJA KUPACA U KONTEKSTU DOSTAVE I POVRATA		Vranješ, Sara	
ZNAČAJ ZELENOG MARKETINGA ZA POSLOVNE I INDIVIDUALNE KUPCE		Kovačević, Antea	
OUTSOURCING I UPRAVLJANJE RIZICIMA NA PRIMJERU CHARTER-DJELATNOSTI		Maretić, Antonia	
POVEZANOST DEMOGRAFSKIH I OSOBNIH KARAKTERISTIKA POTROŠAČA SA STILOVIMA HUMORA		Milavić, Marija	
PRIMJENA ELEMENATA MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE NA POVEĆANJE POPULARIZACIJE GAMING INDUSTRIJE		Tucanović, Ivan	
STAVOVI KORISNIKA PREMA INTERNET I MOBILNOM BANKARSTVU I NJIHOV UTJECAJ NA ZADOVOLJSTVO I LOJALNOST BANCİ		Bogdan, Andrea Rafaela	
UTJECAJ ELEMENATA OSOBNOSTI MARKE NA LOJALNOST MARKI I ELEKTRONSKU USMENU KOMUNIKACIJU: GENERACIJA „Z“ I MOBILNA INDUSTRIJA		Ljepotić, Matea	
VIZUALNI MERCHANDISING: PERSPEKTIVE INDIVIDUALNIH I POSLOVNIH KUPACA		Goljc, Andrea	
STAVOVI POTROŠAČA PREMA OGLAŠAVANJU NA DRUŠTVENIM MREŽAMA I UTJECAJ NA PONAŠANJE POTROŠAČA		Boljat, Ivana	
ČIMBENICI OD ZNAČAJA ZA ONLINE KUPOVNO PONAŠANJE POTROŠAČA: MEDIJATORNA ULOGA STAVOVA POTROŠAČA		Rezo, Danijela	
APELI U OGLAŠAVANJU I PONAŠANJE POTROŠAČA		Rako, Marija	
DRUŠTVENI STALEŽI I PONAŠANJE POTROŠAČA: PERSPEKTIVE POSLOVNIH I INDIVIDUALNIH KUPACA		Dželalija, Željka	
ONLINE KUPOVNO PONAŠANJE POTROŠAČA NA PRIMJERU STUDENTSKE POPULACIJE		Čavala, Gabriela	
TEORIJA VELIKIH PET ČIMBENIKA OSOBNOSTI U KONTEKSTU ONLINE KUPOVNOG PONAŠANJA POTROŠAČA		Velagić, Ema	

UPRAVLJANJE PROMOTIVNIM I PRODAJNIM AKTIVNOSTIMA NA PRIMJERU TURISTIČKOG SUBJEKTA		Ban, Jelena	
UTJECAJ VANJSKIH ČIMBENIKA NA IMPULZIVNU KUPOVINU		Ban, Kate	
ZNAČAJ REFERENTNIH GRUPA ZA PONAŠANJE POTROŠAČA PRI KUPNJI GLAZBENIH INSTRUMENATA		Radmilović, Ante	
ULOGA I ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA NABAVNOG TRŽIŠTA U PROCESU UPRAVLJANJA NABAVOM		Soldo, Marija	
Upravljanje lancem opskrbe na primjeru tvrtke Canicula d.o.o.		Vuletin, Mirjam	
Upravljanje nabavnim kategorijama i odnosi s dobavljačima na primjeru tvrtke Bipa d.o.o.		Vujić, Marijana	
Upravljanje osobnom prodajom na primjeru Mesne industrije braća Pivac d.o.o.		Vuković, Jelena	
Upravljanje prodajnim osobljem na primjeru tvrtke Adriatic.hr		Selak, Sandra	
Utjecaj privatnih marki na ponašanje potrošača		Škrinjar, Antonio	
JAVNA NABAVA NA PRIMJERU PODUZEĆA „TROGIR HOLDING D.O.O.“		Ugrina, Marina	
Organizacija nabavnih procesa na primjeru tvrtke Čulić Elektro Centar d.o.o.		Jurić, Martina	
USMENA KOMUNIKACIJA: ČIMBENICI OD ZNAČAJA ZA PRIMATELJA INFORMACIJA		Ivasečko, Natalija	
UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA PONAŠANJE POTROŠAČA		Cvitković, Mila	
UTJECAJ EMOTIVNIH I RACIONALNIH OGLAŠIVAČKIH APELA NA PONAŠANJE POTROŠAČA		Pelivan, Andrea	
ZNAČAJ SITUACIJSKIH ČIMBENIKA ZA KUPOVINU U SUPERMARKETIMA		Bašić, Kristina	
NABAVNO PONAŠANJE I ODLUČIVANJE U NABAVI NA PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA		Obradović, Šime	
UPRAVLJANJE NABAVOM U TRGOVINSKOM PODUZEĆU: PRIMJER TVRTKE AUREUS CAPILLUS D.O.O.		Rubelj, Matea	
ULOGA OBILJEŽJA LIČNOSTI U KONTEKSTU IMPULZIVNE KUPOVINE		Vicković, Ana	