

Vrijeme izvoza: 25.05.2025. 11:07:38

Repozitorij: repozitorij.unizd.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 37

Broj izvezenih zapisa: 37

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Utjecajni čimbenici na ponašanje potrošača prilikom kupnje održivih proizvoda		Rašić, Juraj	
Uloga društvenih medija u prikupljanju sredstava neprofitnih organizacija		Perhat, Lorena	
MARKETINŠKA PERSPEKTIVA UKLJUČIVANJA PRIVATNOG SEKTORA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA PERFORMANSI INSTITUCIJA JAVNOG SEKTORA		Dobrić, Žarko	
Inovativno upravljanje školom – studija slučaja Osnovna škola Voštarnica-Zadar		Dukić, Irena	
The Tabernacle		Pavičić, Jurica; Reljić, Katarina; Primorac, Antonija	
Analiza čimbenika koji utječu na prihvaćanje novog proizvoda		Jelaska, Lovro	
PERCIPIRANI UTJECAJ UTJECAJNIH OSOBA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA NA PROCES DONOŠENJE ODLUKE O KUPOVINI		Dragoje, Ivana	
Specifičnosti marketinških strategija na tržištu medicinskih tehnoloških proizvoda		Stojić, Antonio	
Uloga upravljanja promjenama na inovativnost društva za tržišno komuniciranje		Rubik, Andrea	
INOVACIJE POSLOVNIH MODELA NA TRŽIŠTU LUKSUZNIH PROIZVODA		Lacić, Jakov	
Implikacije tehnologije umjetne inteligencije na oglašavanje putem digitalnih medija		Lacković, Klara	
UTJECAJ ZEMLJE PODRIJETLA NA OČEKIVANU KVALITETU OBRAZOVNE USLUGE		Plašč, Monika	
ULOGA MOTIVA U SUDJELOVANJU NA HUMANITARNOM SPORTSKOM DOGAĐAJU NEPROFITNE ORGANIZACIJE		Radman, Ana	
ULOGA NEOPIPLJIVIH ČIMBENIKA PERCIPIRANE VRIJEDNOSTI U FUNKCIJI JAČANJA LOJALNOSTI FINACIJSKOJ INSTITUCIJI		Rakušić Cvrtak, Katja	
Izgradnja percepcijskog monopola kroz upravljanje iskustvom potrošača u kontekstu nediferenciranih proizvoda		Keleminić, Kristijan	

Uloga umjetne inteligencije u procesu donošenja odluke o kupovini		Kesić, Alen	
Utjecaj tehnoloških inovacija i modela ponašanja potrošača na strategiju marketinga		Marinov, Goran	
Uloga marketinške komunikacije putem digitalnih platformi u procesu odabira poslodavca		Dražetić, Monika	
Strategije diferencijacije radijskih postaja na radijskom tržištu Republike Hrvatske		Bijelić, Marko	
Utjecaj sadržaja na društvenim medijima nacionalnih turističkih zajednica na angažiranost potrošača i namjeru posjeta odredištu		Vidić, Gabrijela	
Unaprijeđenje strategije konkurentskog pozicioniranja poduzeća primjenom marketinške revizije		Cvitanović, Petra Leonora	
Socioekonomska analiza modela održivosti razvoja turizma u lokalnim zajednicama		Bakija, Vinko	
ULOGA KO-KREGACIJE U STVARANJU LOJALNIH ODNOSA IZMEĐU POTROŠAČA I PODUZEĆA		Šimunović, Martina	
Utjecaj perifernih motivatora kao marketinških alata na posttransakcijsku lojalnost davatelja krvi		Blažević, Zrinka	
Analiza strategije pozicioniranja marke iz perspektive potrošača		Vidanec, Kristina	
Korištenje digitalnih medija u političkim kompanjama		Kušec, Nikola	
Strategija pozicioniranja i razvoj imidža malog grada		Kroflin, Kristina	
Strategije unaprijeđenja prodaje tiskanih medija		Zovak, Ivan	
Uloga društvenih medija u izgradnji imidža neprofitnih organizacija		Kovačić, Iva	
Inovativnost potrošača pri odabiru bankarskih usluga		Ljubica, Lea	
Analiza utjecaja karakteristika procesa donošenja odluke o kupovini na zadovoljstvo potrošača odabirom		Živković, Fran	
Utjecaj karakteristika poduzeća na percipirani imidž poduzeća kao poželjnog poslodavca		Raguž, Zrinka	
Studija Miles i Snow tipologije na primjeru tržišta deterdženata za pranje rublja U Hrvatskoj		Lakić, Ana	
Apel na strah i njegov utjecaj na potrošače		Novak, Simona	
Strategija pozicioniranja sponzorstvima na televiziji		Pelko, Zvonimir	
Utjecaj stavova i preferencija potrošača na učestalost i namjeru kupovine u modnoj industriji		Starić, Barbara	

Identificiranje strateških prioriteta i formuliranje strategije razvitka Porezne uprave Republike Hrvatske		Bratić, Vjekoslav; Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Vlašić, Goran	
--	--	---	--