

Time of export: 16.05.2025. 01:15:18

Repository: repozitorij.ijf.hr

Number of records on this URL: 66

Records exported: 66

| Title                                                                                                                        | URL | Authors                    | Host item title |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------|-----------------|
| Povezanost imidža marke duhanskih proizvoda i lojalnosti potrošača                                                           |     | Jurakić, Ana               |                 |
| Čimbenici koji utječu na prihvaćanje inovacija u automobilske industriji                                                     |     | Koretić, Nika              |                 |
| Utjecaj percipirane inovativnosti poduzeća na atraktivnost poslodavca među generacijom z                                     |     | Šebalj, Barbara            |                 |
| Utjecaj potrošačkog etnocentrizma na stavove o markama različitih proizvoda                                                  |     | Klještan, Bruno            |                 |
| Utjecaj osobnih i društvenih čimbenika na odluku o investiciji u kućne solarne elektrane                                     |     | Vončina, Janko             |                 |
| Analiza utjecaja subjektivnog blagostanja studentske populacije pripadnika generacije Z na njihov sentiment prema marketingu |     | Šatrak, Lorena             |                 |
| Utjecaj demografskih karakteristika generacije Z na aktivnu i pasivnu prisutnost na društvenim mrežama                       |     | Habek, Bruna               |                 |
| Utjecaj smještanja proizvoda na stav o sadržaju                                                                              |     | Borko, Lucija              |                 |
| Uloga društvenih medija u prikupljanju sredstava neprofitnih organizacija                                                    |     | Perhat, Lorena             |                 |
| Utjecaj povezujućeg društvenog kapitala članova sportskog kluba na stavove članova o klubu                                   |     | Devunić, Mihael            |                 |
| Utjecaj inovativnih digitalnih alata u internim komunikacijama poduzeća                                                      |     | Vareško, Karla             |                 |
| Čimbenici koji utječu na percipiranu vrijednost korištenja glazbenih streaming servisa                                       |     | Kerep, Petra               |                 |
| Neuromarketing: igniting consumer emotions for enhanced market performance                                                   |     | Tišma, Tamara              |                 |
| Impact of artificial intelligence on digital marketing                                                                       |     | Radaković, Mia             |                 |
| The role of open innovation and absorptive capacity in new product development performance in the Republic of Croatia        |     | Obradović Posinković, Tena |                 |
| Analiza čimbenika koji utječu na prihvaćanje novog proizvoda                                                                 |     | Jelaska, Lovro             |                 |

|                                                                                                                        |  |                         |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------|--|
| Impact of Digitalization on Marketing Practices                                                                        |  | Javor, Filip            |  |
| PERCIPIRANI UTJECAJ UTJECAJNIH OSOBA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA NA PROCES DONOŠENJE ODLUKE O KUPOVINI                       |  | Dragoje, Ivana          |  |
| Percipirani utjecaj umjetne inteligencije na iskustvo potrošača                                                        |  | Žili, Lana              |  |
| Primjena teorije igara u odlučivanju o marketinškim strategijama                                                       |  | Lekić, Braslav          |  |
| Specifičnosti marketinških strategija na tržištu medicinskih tehnoloških proizvoda                                     |  | Stojić, Antonio         |  |
| Using loyalty programs as tools of marketing                                                                           |  | Raos, Hrvoje            |  |
| The role of disruptive innovation in the development of luxury watch industry                                          |  | Čukman, Marko           |  |
| Impulsive buying behaviour and the influencing factors                                                                 |  | Radlović, Dora          |  |
| 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           |  |
| UTJECAJ DRUŠTVENOG DISTANCIRANJA NA NAČIN KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA KOD PRIPADNIKA GENERACIJE Y                      |  | Šulić, Emma             |  |
| Korištenje društvenih mreža u komunikaciji neprofitnih organizacija                                                    |  | Kozlek, Silvija         |  |
| Uloga stava o turističkoj destinaciji u pojedinim fazama procesa donošenja odluke o sudjelovanju na poslovnom događaju |  | Buljan, Marijan         |  |
| Uloga razvoja digitalnih tehnologija u procesu donošenja odluke o kupovini                                             |  | Bučić, Domagoj          |  |
| Uloga digitalnih platformi u razvoju ekonomije dijeljenja                                                              |  | Cicvarić, Mihaela       |  |
| Analiza percipiranog utjecaja komunikacije putem utjecajnih osoba na namjeru kupovine kozmetičkih proizvoda            |  | Puhalo, Mihaela         |  |
| Izgradnja percepcijskog monopola kroz upravljanje iskustvom potrošača u kontekstu nediferenciranih proizvoda           |  | Keleminić, Kristijan    |  |
| Komparativna analiza uloge umjetne inteligencije u procesu odlučivanja o kupovini                                      |  | Cetina, Christian Juraj |  |
| Uloga društvenih mreža u procesu donošenja odluke o turističkoj destinaciji                                            |  | Radonić, Bernard        |  |
| Uloga pripovijedanja iz perspektive marke (eng. brand storytelling) u angažiranosti potrošača na društvenim medijima   |  | Jurak, Martina          |  |

|                                                                                                                                                |  |                      |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------|--|
| Uloga umjetne inteligencije u organizacijskoj strukturi ambideksterne organizacije                                                             |  | Nemčić, Tin          |  |
| Uloga umjetne inteligencije u procesu donošenja odluke o kupovini                                                                              |  | Kesić, Alen          |  |
| Utjecaj emocionalnih i racionalnih apela na stav potrošača o marki deterdženta                                                                 |  | Grđan, Marija        |  |
| Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na uključenost pratitelja društvenih stranica sportskih klubova                            |  | Horvat, Kristina     |  |
| Komparativna analiza stavova o oglasima na Facebooku i Instagramu s obzirom na životnu dob korisnika te intenzitet korištenja društvenih mreža |  | Stipić, Anđa         |  |
| Uloga marketinške komunikacije putem digitalnih platformi u procesu odabira poslodavca                                                         |  | Dražetić, Monika     |  |
| Utjecaj karakteristika objava na društvenim mrežama na percepciju poslodavca                                                                   |  | Vlatković, Patricia  |  |
| 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     |  |
| Istraživanje primjene digitalnog marketinga u hrvatskoj poslovnoj praksi                                                                       |  | Ivančić, Iva         |  |
| ISTRAŽIVANJE UTJECAJA INOVATIVNOSTI USLUGA AVIOPRIJEVOZNIKA NA LOJALNOST PUTNIKA PRVE KLASE                                                    |  | Dujić, Lina          |  |
| Utjecaj prikupljanja osobnih podataka i povjerenja prema web stranici na zabrinutost za privatnost u online okruženju                          |  | Strinavić, Matea     |  |
| ULOGA KO-KREGACIJE U STVARANJU LOJALNIH ODNOSA IZMEĐU POTROŠAČA I PODUZEĆA                                                                     |  | Šimunović, Martina   |  |
| Motivi za angažiranost potrošača u razvoju novog proizvoda u optičkoj industriji                                                               |  | Orešković, Anamarija |  |
| Analiza utjecaja razine korištenja pojedinog alata on line komunikacije na zadovoljstvo potrošača odabranom destinacijom                       |  | Vašarević, Ivana     |  |
| Analiza utjecaja naglašenosti pozicioniranja marke u sadržaj i stava prema sadržaju na stav potrošača prema komuniciranoj marki                |  | Krstić, Ana          |  |
| Analiza utjecaja karakteristika procesa donošenja odluke o kupovini na zadovoljstvo potrošača odabirom                                         |  | Živković, Fran       |  |
| STRATEŠKI NASTUP NA TRŽIŠTU KREATIVNIH PROIZVODA                                                                                               |  | Stipić, Mislav       |  |
| Analiza utjecaja percipirane korisnosti i hedonističkog zadovoljstva na razinu korištenja društvenih mreža                                     |  | Ugljarević, Matea    |  |

|                                                                                                            |  |                                                                     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------|--|
| Razlika neuromarketinškog pristupa i mjerenja percepcije u evaluaciji oglasa                               |  | Benzon, Martina                                                     |  |
| Razvijenost društvene elektroničke trgovine u Republici Hrvatskoj                                          |  | Markić, Ante                                                        |  |
| Studija Miles i Snow tipologije na primjeru tržišta deterdženata za pranje rublja U Hrvatskoj              |  | Lakić, Ana                                                          |  |
| Uloga sponzorstva u upravljanju markom u bankarskom sektoru                                                |  | Kokan, Marija                                                       |  |
| Utjecaj izvora informacija na karakteristike procesa donošenja odluke o kupovini putem interneta           |  | Krdžalić, Ines                                                      |  |
| Analiza utjecaja dominantne filozofije web stranice na stavove potrošača o web stranici                    |  | Pandžić, Mario                                                      |  |
| Utjecaj prikrivenog oglašavanja na percepcije djece kao potrošača                                          |  | Vrbanec, Emilija                                                    |  |
| Apel na strah i njegov utjecaj na potrošače                                                                |  | Novak, Simona                                                       |  |
| Strategija pozicioniranja sponzorstvima na televiziji                                                      |  | Pelko, Zvonimir                                                     |  |
| Identificiranje strateških prioriteta i formuliranje strategije razvitka Porezne uprave Republike Hrvatske |  | Bratić, Vjekoslav; Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Vlašić, Goran |  |