

Vrijeme izvoza: 27.04.2024. 06:10:59

Repozitorij: www.unirepository.svkri.uniri.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 137

Broj izvezenih zapisa: 100

| Naslov                                                                                                                            | URL | Autori                                | Naslov izvornika |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------|------------------|
| Marketing malih poduzeća iz sektora turizma na društvenim mrežama Instagram i Facebook                                            |     | Šimatović, Nino                       |                  |
| Utjecaj elemenata dizajna na emocionalna stanja potrošača i namjeru kupnje u web trgovini s proizvodima široke potrošnje          |     | Sertić, Barbara                       |                  |
| Utjecaj informacija o marki i održivosti proizvoda na percepciju kvalitete i namjeru kupnje kušanog prehrambenog proizvoda        |     | Ivančić, Sara                         |                  |
| Utjecaj rodne stereotipizacije žena u oglasima na stavove i namjeru kupnje                                                        |     | Markuš, Magdalena                     |                  |
| Čimbenici koji utječu na privlačnost poslodavca i namjeru zapošljavanja kod budućih zaposlenika                                   |     | Jajčević, Petra                       |                  |
| Karakteristike potrošača povezane s odabirom potpuno održive trgovine                                                             |     | Borak, Lorena                         |                  |
| Faktori koji utječu na učestalost kupnje prehrambenih proizvoda privatnih marki                                                   |     | Matković, Vilma                       |                  |
| Istraživanje imidža turističke destinacije - otok Lošinj                                                                          |     | Glavan Vlasisavljević, Hannah         |                  |
| Uloga ponašanja prodavača u formiranju namjere ponovljene kupnje                                                                  |     | Bartolović, Mateja                    |                  |
| ALL THAT GLITTERS IS NOT GOLD: BEYOND ONLINE HOTEL REVIEWS                                                                        |     | First Komen, Ivana; Vujičić, Maja     |                  |
| Utjecaj sponzorstva i označavanja sponzorstva na percepciju influencera i preporučenog proizvoda                                  |     | Širola, Anita                         |                  |
| Utjecaj vrste recenzija na percipiranu sigurnost web trgovine te namjere kupnje                                                   |     | Sambolek, Filip                       |                  |
| Čimbenici od značaja za donošenje odluke potrošača o kupnji odjeće putem interneta                                                |     | Bogdanović, Korina                    |                  |
| Brendiranje Sisačko-moslavačke županije kao poželjne destinacije za mlade obitelji                                                |     | Čačić, Renato                         |                  |
| Prirodno tradicionalni ili tradicionalno prirodni – istraživanje koncepata prirodno i tradicionalno u marketinškim istraživanjima |     | First Komen, Ivana; Grgurić Čop, Nina |                  |

|                                                                                                                          |  |                                                           |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------|--|
| Učinak regije podrijetla i regionalne oznake kvalitete na percepciju kvalitete i namjeru plaćanja prehrambenih proizvoda |  | Stilinović, Karla                                         |  |
| Interni marketing - Istraživanje zadovoljstva radom od kuće u Primorsko-goranskoj županiji                               |  | Radić, Mirko                                              |  |
| Namjera hrvatskih turista da odsjednu u zelenim hotelima prema proširenom TPB modelu                                     |  | Vukosavljević, Aleksandra                                 |  |
| Percepcija potrošača o sigurnosti prirodnih prehrambenih proizvoda                                                       |  | Milinović, Nives                                          |  |
| Strahovi potrošača tijekom COVID-19 pandemije i njihov utjecaj na online i offline kupnju                                |  | Kosovac, Melanie                                          |  |
| Upotreba različitih oblika komunikacije u svrhu ostvarenja cilja crowdfunding projekta                                   |  | Novak, Martin                                             |  |
| Profil potrošača organske kozmetike                                                                                      |  | Kos, Magali                                               |  |
| Pokretači i ishodi potrošačeva angažmana sa sportskim klubovima na društvenim mrežama                                    |  | Marčinko Trkulja, Željka                                  |  |
| Analiza procesa repozicioniranja igre na sreću Loto 6                                                                    |  | Ocvirk, Ana                                               |  |
| Dvosmislenost i konflikt uloge influencera                                                                               |  | Živković, Biljana                                         |  |
| Profil potrošača organskih proizvoda                                                                                     |  | Jekić, Matea Mirjam                                       |  |
| Utjecaj boje pri kupnji električnog automobila                                                                           |  | Kapetanović, Lovro                                        |  |
| Učinak suradnje s influencerima prilikom oglašavanja putem Instagram nagradnih natječaja                                 |  | Bašić, Ivona                                              |  |
| Prilagodba ponude fast food restorana trendovima u prehrani i odgovor potrošača                                          |  | Vidačković, Josipa                                        |  |
| Promjena percipirane vrijednosti popularnih i luksuznih marki odjeće prilikom sniženja cijene                            |  | Muždeka Prodanović, Adriana                               |  |
| Uloga dizajna pakiranja u zavaravajućem oglašavanju organskih proizvoda                                                  |  | Volarić, Iva                                              |  |
| Conscious food choices – differences between perceived benefits and willingness to pay for different product types       |  | First Komen, Ivana; Grgurić Čop, Nina; Puškarić, Antonija |  |
| Utjecaj ljekarnika pri donošenju odluke o kupnji bezreceptnog proizvoda                                                  |  | Šare, Antonio                                             |  |
| Usporedba uspješnosti Google Ads oglasa na pretraživačkoj i prikazivačkoj mreži                                          |  | Brusić, Bartol                                            |  |
| Ušteda vremena i novca korištenjem online bankarstva                                                                     |  | Banušić, Nina                                             |  |
| Analiza stavova potrošača o održivoj potrošnji                                                                           |  | Štefančić, Maja                                           |  |

|                                                                                                                                         |  |                          |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------|--|
| Analiza uslužnih djelatnosti u Republici Hrvatskoj i suvremeni marketinški trendovi u segmentu usluga                                   |  | Dozet, Maja              |  |
| Motivacija korisnika za sudjelovanje u ekonomiji dijeljenja - utjecaj na zadovoljstvo i namjeru korištenja                              |  | Jurić, Andrea            |  |
| Povjerenje korisnika u uslugu e-bankarstva                                                                                              |  | Janković, Alma           |  |
| Stvaranje i razvoj osobne marke fitness influencera na društvenoj mreži Instagram                                                       |  | Hajdinjak, Antonia       |  |
| Usporedba percepcije poduzetničkog rizika generacije Z i Y                                                                              |  | Olujić, Carla            |  |
| Istraživanje percepcije potrošača o lokalnoj i ekološkoj hrani                                                                          |  | Skender, Sandra          |  |
| Motivacija mikro i malih poduzeća za doniranje udruga socijalne i humanitarne djelatnosti                                               |  | Sarađen, Ivan            |  |
| Percepcija lokalnog stanovništva o ponudi turističkih destinacija u Istri                                                               |  | Samac, Elena             |  |
| Prihvaćanje i korištenje usluga Netflix-a                                                                                               |  | Mandić, Monika           |  |
| Održivo konzumiranje proizvoda - utjecaj medija na percepciju od strane potrošača                                                       |  | Kolarić, Katarina        |  |
| Povezanost obogaćivanja ponude kuća za odmor i oduševljenja gosta                                                                       |  | Pečenković, Dolores      |  |
| Stav studenta Sveučilišta u Rijeci o imidžu Rijeke kao turističke destinacije                                                           |  | Badurina-Dudić, Nikolina |  |
| Uticaj medija na održivo ponašanje potrošača                                                                                            |  | Božičević, Mario         |  |
| Učinak sidrenja u oblikovanju ponude usluga                                                                                             |  | Šćira, Antonija          |  |
| Učinak uokvirivanja i neuromarketing: primjer AB testiranja u poduzeću Autotepisi.hr                                                    |  | Zornada, Patrick         |  |
| Faktori od utjecaja na imidž i reputaciju influencera                                                                                   |  | Prajz, Paola             |  |
| Faktori od utjecaja na povjerenje influenceru                                                                                           |  | Dočkal, Nikolina         |  |
| Uticaj podudarnosti influencera i marke te bliskosti influencera i potrošača na namjeru kupnje i preporuke marke                        |  | Brajković, Josip         |  |
| Istraživanje percipirane kvalitete i zadovoljstva uslugama mobilnog bankarstva                                                          |  | Cvitković, Krešimir      |  |
| Povjerenje žena u mobilne aplikacije za praćenje reproduktivnog zdravlja                                                                |  | Barać, Sara              |  |
| Senzorni park - koristi, barijere i poticaji izgradnji u osnovnim školama                                                               |  | Skupnjak, Dora           |  |
| Spremnost ugovaranja putnog osiguranja online posredničkom platformom: razlike između potrošača različite sklonosti usvajanju inovacija |  | Baldigara, Valentina     |  |

|                                                                                                                     |  |                     |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|--|
| Utjecaj boje proizvoda na emocije i namjeru kupnje različitih vrsta proizvoda                                       |  | Jakovljević, Andrea |  |
| Utjecaj fizičkog okruženja i organizacijske kulture dentalne poliklinike na zadovoljstvo i namjeru potrošača        |  | Tomljenović, Andrea |  |
| Utjecaj promotivnih aktivnosti na potrošačevu namjeru doniranja organizaciji posvećenoj djeci s autizmom            |  | Marušić, Monika     |  |
| Specifičnosti influencera na društvenim mrežama u odnosu na slavne osobe                                            |  | Ivkić, Dajana       |  |
| Tko koga prati - povezanost karakteristika influencera s uključenosti njegovih pratitelja                           |  | Brkljačić, Ivana    |  |
| Utjecaj usmjerenosti pogleda subjekta u oglasu na reakciju gledatelja                                               |  | Kaić, Anna          |  |
| Glazbene navike i identitet generacija Y i Z                                                                        |  | Ćustić, Anita       |  |
| Kako influenceri utječu na namjeru o kupnji                                                                         |  | Lilek, Manuela      |  |
| Marketing u turizmu - elementi nezaboravnog turističkog doživljaja                                                  |  | Gavrić, Ana         |  |
| Percepcija ponude usluge u salonima ljepote - istraživanje utjecaja boja                                            |  | Kopjar, Lucija      |  |
| Usporedba utjecaja osobnih čimbenika na impulzivnu kupnju različitih kategorija proizvoda                           |  | Bortek, Ivana       |  |
| Utjecaj dizajna, osoblja i obogaćene ponude na posjećenost štanda                                                   |  | Marčan, Katarina    |  |
| Utjecaj mikro influencera u kampanjama                                                                              |  | Mihaljević, Ivana   |  |
| Utjecaj tonaliteta boja pakiranja na kupnju robe široke potrošnje                                                   |  | Martinac, Janko     |  |
| Zdrave prehrambene navike potrošača i zeleni proizvodi                                                              |  | Udiljak, Marina     |  |
| Impact of brand's instagram post characteristics on user engagement                                                 |  | Volarić, Karlo      |  |
| Istraživanje ponude na tržištu - usporedba tradicionalnih i novih oblika maloprodaje                                |  | Kufek, Lea          |  |
| Marketinški miks na primjeru uvođenja novog proizvoda                                                               |  | Čiča, Iva           |  |
| Potrošačeva percepcija kvalitete i dodane vrijednosti prirodnih i tradicionalnih proizvoda                          |  | Puškarić, Antonija  |  |
| Svijest potrošača o iskorištavanju životinja u industrijama                                                         |  | Trbojević, Andrea   |  |
| Uloga osviještenosti potrošača prilikom kupovine prirodne kozmetike                                                 |  | Posavec, Maja       |  |
| Utjecaj boja na kupovne odluke potrošača                                                                            |  | Frankulin, Matea    |  |
| Utjecaj karakteristika YouTube influencera na percepciju njihovog kredibiliteta, potrošačevu namjeru kupnje i e-WOM |  | Šegulja, Vedrana    |  |

|                                                                                                           |  |                           |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------|--|
| Zadovoljstvo kupaca programima lojalnosti u drogerijama                                                   |  | Dabac, Marija             |  |
| Čimbenici koji utječu na odabir Erasmus destinacije i postkupovnu reakciju Erasmus studenata              |  | Rupčić, Ivana             |  |
| Utjecaj ambalaže, dohotka i razine dostupnosti na kupnju tradicionalnih prirodnih proizvoda               |  | Hohnjec, Marijana         |  |
| Competitive advantage of small stone producers                                                            |  | Benčić, Teuta             |  |
| Profil potrošača organske hrane u Sisačko-moslavačkoj županiji                                            |  | Vukosavljević, Aleksandra |  |
| Utjecaj influencer marketinga na povjerenje potrošača                                                     |  | Kristić, Barbara          |  |
| Važnost marke u procesu kupnje tradicionalnih i prirodnih proizvoda                                       |  | Levicki, Bianka           |  |
| Spremnost na kupnju organske hrane obzirom na stavove i profil potrošača                                  |  | Pandurić, Filip           |  |
| Razlozi kupovine i izbjegavanja kupovine organske hrane u Hrvatskoj                                       |  | Bembić, Aurora            |  |
| Analiza učinka posjedovanja u segmentu fizičkih proizvoda i usluga                                        |  | Klarić, Mia               |  |
| Problematika bacanja hrane s aspekta mladih potrošača                                                     |  | Šeškar, Ema               |  |
| Impulzivno trošenje dobivenog novca                                                                       |  | Mulc, Dominik             |  |
| Istraživanje zadovoljstva i lojalnost sudionika Riječkog karnevala                                        |  | Pleša, Nikolina           |  |
| Povezanost osobnih vrijednosti i etnocentrizma                                                            |  | Marković, Janja           |  |
| Uspješnost Google AdWords tekstualnih oglasa s obzirom na karakteristike oglasa                           |  | Sinčić, Katarina          |  |
| Utjecaj identiteta privatne marke na odnos percipirane cijene i kvalitete i preferenciju                  |  | Košara, David             |  |
| Utjecaj oglasa na tjelesno samopoštovanje i namjeru kupnje oglašavanog proizvoda                          |  | Pavlović, Elizabeta       |  |
| Važnost online marketinga u kreiranju nove marke kreativnog poduzeća                                      |  | Sardelić, Loris           |  |
| Vođe mišljenja - mikro influenceri na društvenim mrežama                                                  |  | Androić, Lana             |  |
| Analiza i mogućnosti poboljšanja društvenih mreža u Zoološkom vrtu Zagreb                                 |  | Palmić, Darko             |  |
| Uloga društvenih medija u prikupljanju informacija o Erasmus razmjeni                                     |  | Benić, Magdalena          |  |
| Utjecaj boje ambalaže na odabir proizvoda visoke i niske uključenosti potrošača pri kupnji u supermarketu |  | Ilić, Iva                 |  |
| Utjecaj objektivizacije žena u oglasima na percepciju i imidž marke kod studenata                         |  | Badurina-Dudić, Nikolina  |  |

|                                                                                                                         |  |                              |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------|--|
| Utjecaj unapređenja prodaje na ponašanje potrošača prilikom kupnje                                                      |  | Krapljanov, Viki             |  |
| Segmentation of tourist market in Croatia                                                                               |  | Poropat, Nikola              |  |
| Motivacija i privlačenje potrošača kroz marketinške komunikacijske aktivnosti                                           |  | Fuček, Valentina             |  |
| Neetično oglašavanje na društvenim mrežama usmjereno prema adolescentima                                                |  | Peloza, Petra                |  |
| Potrošački etnocentrizam                                                                                                |  | Mučić, Valnea                |  |
| Povezanost promocije na društvenim mrežama i osobne prodaje pri kupnji prirodne kozmetike                               |  | Komadina, Katarina           |  |
| Trgovačke marke i lojalnost potrošača                                                                                   |  | Novak, Martina               |  |
| Uloga upravljanja odnosima s klijentima u percepciji kvalitete usluge                                                   |  | Radić, Vedrana               |  |
| Čimbenici od utjecaja na potrošača pri kupnji nekretnine                                                                |  | Dilenardo Zamlić, Sara Maria |  |
| Etička razmatranja korištenja piratskih verzija programa                                                                |  | Karamarko, Tomislav          |  |
| Utjecaj karakteristika turističke destinacije i profila potrošača na korištenje prijevoznih električnih sharing sustava |  | Pernuš, Karlo                |  |
| Ponašanje potrošača pripadnika Generacije Z                                                                             |  | Ragus, Daria                 |  |
| Ponašanje potrošača tijekom odlučivanja o online kupnji                                                                 |  | Delić-Ibukić, Lea            |  |
| Utjecaj karakteristika proizvoda i promocije na imidž autohtonih proizvoda i odluku o kupnji                            |  | Perčić, Dora                 |  |
| Istraživanje potreba inozemnih gostiju analizom booking.com recenzija                                                   |  | Gojtanić, Simona             |  |
| Određivanje specifičnosti kupovine prirodne kozmetike                                                                   |  | Katanar, Ivana               |  |
| Povezanost očekivanja potrošača i cijene smještajnog objekta                                                            |  | Baždarić, Ivana              |  |
| Prilagodba marketinških agencija oglašavanju na društvenim mrežama                                                      |  | Keser, Tea                   |  |
| Radio i društvene mreže: Radio Rijeka na Facebooku                                                                      |  | Hajdinjak, Eva               |  |
| Relationship between internal marketing and employees' emotional intelligence                                           |  | Juričić, Iva                 |  |
| Utjecaj percipirane cijene i kvalitete na odluku o kupnji kod krivotvorenih proizvoda                                   |  | Bajčić, Valentino            |  |
| Utjecaji na odlučivanje o kupnji ekoloških proizvoda                                                                    |  | Babić, Marija                |  |
| Međusobno stvaranje vrijednosti za potrošače na tržištu poslovne potrošnje                                              |  | Glavina, Martina             |  |

|                                                                                                      |  |                                             |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------|--|
| Navike volontiranja mladih u Hrvatskoj                                                               |  | Primorac, Sara                              |  |
| Nekonvencionalna komunikacija kulturnih ustanova                                                     |  | Blažević, Iva                               |  |
| Pozicioniranje inovativnog proizvoda na tržištu poslovne potrošnje                                   |  | Pilko Demirkiran, Kristina                  |  |
| Analysing the impacts on the consumers choice of fast food restaurants: the country-of-origin effect |  | Mužić, Matea                                |  |
| Identifikacija impulzivnog kupovnog ponašanja, uvažavajući psihološke i sociološke čimbenike         |  | Smokvina, Kristina                          |  |
| Istraživanje percepcije trgovačkih centara i povezanost sa kvalitetom života potrošača               |  | Petrović, Marko                             |  |
| Kupovina u franšiznim restoranima brze prehrane                                                      |  | Jurić, Zlatka                               |  |
| Povezanost životnog stila potrošača i korištenja privatnih marki                                     |  | Bažon, Sara                                 |  |
| Sponzorstvo kao dio sportskog marketinga na primjeru nogometnog kluba                                |  | Šorli, Denis                                |  |
| Marketing trendovi                                                                                   |  | Grbac, Bruno; Dlačić, Jasmina; First, Ivana |  |