https://repozitorij.foi.unizg.hr/en/user/profile/mbz/301524

Time of export: 28.03.2024. 17:24:42
Repository: repozitorij.foi.unizg.hr
Number of records on this URL: 282
Records exported: 100

Title	URL	Authors	Host item title
Utjecaj korištenja marketinga usmenom predajom putem društvenih medija na ponašanje potrošača		Gregurić, Ivica	
Umjetna inteligencija u marketingu		Hren, Katarina	
Prihvaćanje e-maila kao alata izravnog marketinga od strane potrošača		Predovan, Lara	
Prikupljanje i analiza podataka za potrebe sustava upravljanja odnosima s klijentima		Filip, Žarinčić	
Primjena proširene stvarnosti u prodaji		Karlica, Ana	
Upotreba kolačića u modeliranju ponašanja korisnika		Srbljinović, Mateja	
Percepcija pratitelja o utjecaj influencera na vrijednost sportske marke		Blagus, Paula	
Usporedba predviđanja potražnje u normalnim uvjetima poslovanja i pod utjecajem poremećaja		Banac, Nikola	
Utjecaj robne marke na zadovoljstvo potrošača		Vuk, Martina	
Ispitivanje percepcije potrošača o primjeni umjetne inteligencije u svrhu kreiranja prediktivnih modela u digitalnom okruženju		Ivanić, Patricija	
Marketing žamora		Detić, Ana-Marija	
Utjecaj sportskog marketinga na stavove pratitelja na društvenim mrežama GNK Dinamo Zagreb		Dunaj, Andreja	
Prihvaćenost sadržaja na Instagramu vezanog uz zdrave životne navike od strane generacije Z		Ivanović, Tanja	
Utjecaj sadržaja na društvenim mrežama na stavove krajnjih potrošača		Ivanagić, Iva	
Društveni CRM		Borak, Gabrijela	

Influencerski marketing		Kaniški, Izabela	
Marketing na društvenim mrežama		Golubić, Ena	
Mobilni marketing		Kralj, Maja	
Ponašanje generacije Z u online kupnji		Tomšić, Nikolina	
Zaštita podataka u digitalnom marketingu		Čiko, Ivana	
ZNAČAJ I ULOGA POSLOVNOG KOMUNICIRANJA U PRODAJNIM AKTIVNOSTIMA SREDNJIH I VELIKIH PODUZEĆA		Bahun, Sandra	
Brendiranje na društvenim mrežama i utjecaj na sljedbenike		Jurković, Daniel	
Istraživanje tržišta za inovativan proizvod kao osnova za prognozu prodaje u poslovnom planu		Mikulić, Marija	
Primjena bihevioralnog marketinga na internetu korištenjem biometrije		Mujanović, Dominik	
Upravljanje znanjem u marketingu		Bruno, Čolan	
Lojalnost i zadovoljstvo kupaca		Dragčević, Magdalena	
Primjena video tehnologija u poslovnoj prezentaciji tvrtki na društvenim mrežama		Podbojec, Alen	
Tehnike unapređenja prodaje duhanskih supstituta		Ružman, Martina	
Digitalna transformacija procesa upravljanja odnosima s kupcima		Krasić, Matej	
Marketing sadržaja u online novinarstvu		Musović, Lucija	
Suvremene metode predviđanja potreba kupaca		Kraljić, Luka	
Uloga i značaj društvenih medija u kriznom komuniciranju		Rihtarić, Ivan	
Utjecaj udruženog marketinga na ponašanje potrošača		Kulier, Luka	
Angažiranje kupaca na društvenim mrežama		Novak, Martina	
Ponašanja kupaca u online kupnji		Gerić, Ivana	
Utjecaj direktnog marketinga putem interneta na ponašanje potrošača		Bogdan, Nikolina	
Utjecaj društvenih mreža na donošenje odluka o kupnji		Grudiček, Ines	
Video marketing u funkciji privlačenja kupaca		Ljubić, Petra	
Prihvaćanje CRM strategije od strane potrošača u bankarskom sektoru		Ratković, Adela	

Primjena moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije u upravljanju odnosima s klijentima		Cvetko, Maja	
Primjena optimizacije web mjesta (SEO) u sustavima elektroničke trgovine		Bartolec, Tin	
Učinkovitost oglašavanja putem web stranica web portala s novostima		Herek, Monika	
Marketing turističkih destinacija		Stojko, Barbara	
Utjecaj društvenih mreža na potrošačke navike generacije Z		Pongračić, Anja	
Utjecaj izvornih hrvatskih proizvoda na promjenu stavova i kupovnog ponašanja potrošača tekstilnoj industriji		Lukša, Tea	
Utjecaj marke na lojalnost kupaca		Bakšaj, Aneta	
Facebook zajednica robnih marki		Erdelja, Katarina	
Marketing putem utjecajnih osoba		Flegar, Rea	
Primjena marketinških aktivnosti u svrhu poticanja mladih na volonterski rad		Žulić, Marija	
Utjecaj zemlje podrijetla kao elementa marke na percepciju potrošača		Čeke, Patricia	
Prilagođavanje proizvoda ili usluge na temelju primjene koncepta sustava upravljanja odnosima s korisnicima		Bočkaj, Bruna	
Elektronički distributivni kanali		Šimunić, Viktoria	
Uloga oglašavanja u kupnji		Mikulaš, Patricija	
Digitalna transformacija - izazovi i prilike za procese oglašavanja		Kordić, Iva	
Marketinški splet u obiteljsko poljoprivrednom gospodarstvu		Bukovac, Barbara	
Multimedijski sadržaj u digitalnom marketingu		Šarčević, Lidija	
Stvaranje zadovoljstva i lojalnosti prema privatnim markama iz perspektive krajnjih potrošača		Miroić, Lucija	
Važnost analitike u digitalnom marketingu		Čelig, Andrijana	
Analiza učinkovitosti multimedijskih sadržaja u digitalnom marketingu		Maruševec, Ivana	
CRM 3.0		Matijević, Valentina	
Primjena promotivnih aktivnosti u online trgovanju		Tomašek, Ivana	
Primjena promotivnih aktivnosti u sportskom marketingu		Vardić, Ivan	

Razvoj novog proizvoda		Erdelja, Miha	
Utjecaj oglašavanja na društvenim mrežama na proces donošenja odluke o kupnji		Cmrečnjak, Danijela	
Marketinške aktivnosti u procesu kreiranja novog proizvoda		Obradović, Ana	
Nove tehnologije u marketingu		Bestijanić, Ines	
Prirodno oglašavanje		Sraga, Iva	
Utjecaj online recenzija na proces donošenja odluke o kupnji		Cingesar, Martina	
Veliki podaci i njihov utjecaj na marketing		Halužan, Mia	
Optimizacija web mjesta za potrebe CRM-a		Mudri, Lorena	
Primjena optimizacije stope konverzija (CRO) u pridobivanju i zadržavnju klijenata		Ivanović, Tanja	
Utjecaj COVID-19 pandemije na online prodaju iz perspektive potrošača i prodavača		Leskovar, Mihael	
Utjecaj chatbotova u prodajnoj komunikaciji		Vuk, Martina	
Oglašavanje na društvenim mrežama		Tomšić, Nikolina	
Istraživanje uspješnosti tehnika građenja linkova na primjeru FOI-a		Kuštelega, Marija	
Upotreba društvenih mreža za praćenje korisnika		Horvat, Katarina	
Primjena velikih podataka u CRM-u		Antolić, Leonarda	
Uloga ljudskih potencijala u poslovnom procesu		Kolarić, Ana	
Online video oglašavanje		Ivanić, Patricija	
Utjecaj usmene predaje u online okruženju na kupnju		Lisjak, Karla	
Primjena moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije u upravljanju odnosima s klijentima u zdravstvenim ustanovama		Pomper, Sara	
Zadovoljstvo kupaca u online kupnji		Krušlin, Augustina	
Utjecaj pandemije korona virusa na kupovne navike potrošača u online okruženju		Medved, Marina	
SEO kao element promotivnog spleta internetskog marketinga		Kozić, Vedran	
Primjena društvenih mreža u malom i srednjem poduzetništvu		Vrban, Kristina	
Prihvaćenost umjetne inteligencije u oglašavanju od strane korisnika		Šlogar, Ivan	

Usporedba specijaliziranih alata za SEO optimizaciju web stranice		Žarinčić, Filip	
Primjena multimedije u oglašavanju na društvenim mrežama		Antolić, Petra	
Uloga blokatora oglasa u internetskom oglašavanju		Oslić, Petra	
Društvene mreže kao kanal komunikacije u marketingu		Mikić, Petar	
Prihvaćenost Facebook oglašavanja od strane generacije Z		Mišetić, Ante	
Potencijali chatbot oglašavanja		Valentina, Munđar	
Utjecajni marketing		Aleksandra, Osivnik	
Uloga operacijskog menadžmenta u predviđanju potražnje - studija slučaja		Landripet, Nikolina	
Marketing experience in gaming industry		Šarić, Ante	
Online video oglašavanje		Lea, Treska	
Upravljanje kanalima distribucije		Čeko, Saša	
Utjecaj programa lojalnosti na ponašanje kupaca		Barić, Sara	
Prihvaćenost e-trgovanja i m-trgovanja od strane kupaca		Tkalčec, Anamarija	
Oglašavanje kao dio promotivnog spleta u digitalnom okruženju		Magdalena, Škvorc	
Prednosti i nedostaci oglašavanja na društvenim mrežama iz perspektive potrošača i poduzeća		Martinović, Sara	
Psihološki utjecaj boja i dizajna proizvoda na kupnju		Ačkar, Andrea	
Uloga marketinga sadržaja u kreiranju marke gadgeta		Perak, Ana	
Upravljanje zadovoljstvom klijenata		Sečan, Marta	
Utjecaj marketinških aktivnosti na lojalnost potrošača generacije „z“		Bobek, Dajana	
Utjecaj unapređenja prodaje na ponašanje potrošača		Kanižaj, Paula	
Lojalnost klijenata		Gerić, Ivana	
Ponašanje potrošača		Grudiček, Ines	
Provođenje istraživanja tržišta za potrebe mjerenje zadovoljstva klijenata		Sedak, Helena	
Uloga optimizacije u online trgovanju		Gašparić, Karla	

Utjecaj referentne grupe na ponašanje potrošača		Čeh, Lucija	
Oglašavanje na Internetu kao dio strategije CRM-a		Herceg, Martina	
Praćenje korisnika na webu		Jurak, Elena	
SEO analiza i optimizacija		Dreven, Sandra	
Specifičnosti ponašanja kupaca u e-trgovini		Frančić, Helena	
Digitalna transformacija procesa marketinga		Alilović, Daria	
Google AdWords oglašavanje		Babuš, Karolina	
Primjena Google Analytics alata u upravljanju odnosima s klijentima		Maras, Matea	
Primjena optimizacije web mjesta za tražilice (SEO) u upravljanju odnosima s klijentima		Kastelan, Dunja	
Utjecaj upravljanja odnosima s klijentima na poslovne procese tvrtke		Horvat, Matija	
Donošenje odluka o kupnji		Flegar, Rea	
Trendovi u mobilnom oglašavanju		Slunjski, Valentina	
Uloga društvenih mreža u marketingu		Damiš, Ivona	
Utjecaj društvenih mreža na proces donošenja odluke o kupnji		Antolović, Ana	
Utjecaj oglašavanja na ponašanje kupaca		Dravinski, Martina	
Utjecaj čimbenika lojalnosti spram marke na kupovne navike potrošača		Varga, Nikolina	
Parametri strateškog upravljanja poslovnim procesima na konkretnom primjeru		Tkalčec, Patricija	
Digitalni marketing		Lorena, Šimić	
Konzumerizam kao oblik društveno odgovornog marketinga		Aristan, Mateja	
Marketing putem društvenih mreža		Petek, Antonela	
Primjena Clickstream analize u procesima CRM-a		Domagoj, Samardžić	
Uloga internog marketinga u motiviranju zaposlenika		Mirela, Andrijević	
Primjena društvenih platformi za unapređenje procesa prodaje		Bartolec, Tin	
Primjena umjetne inteligencije u marketingu		Mandić, Luka	
Analiza potrošačke košarice primjenom pravila pridruživanja		Mihalina, Andrijana	

Izravni marketing		Šuker, Mislav	
Prikupljanje podataka o klijentima		Leljak, Leo	
Utjecaj društvenih mreža na ponašanje potrošača		Tomašek, Lucija	
Aktivnosti upravljanja odnosima s klijentima u pridobivanju potencijalnih klijenata		Novosel, Alen	
Percepcija kvalitete komuniciranja i mogućnost obrazovanja učenika pripadnika manjinskih i većinskih nacionalnih grupa		Talan, Patricija	
Mobilni marketing kao oblik izravnog marketinga		Brodnjak, Doris	
Utjecaj obitelji na ponašanje potrošača		Frinčić, Ana	
Uloga dobavljača u kreiranju proizvoda i proizvodnog procesa		Plantak, Sara	
Komparativna analiza financijskih izvještaja poduzeća Kaufland Hrvatska k.d. i Lidl Hrvatska d.o.o.k.d.		Borković, Marija	
Marketing stvari		Rabuzin, Lucija	
Utjecaj influencera na proces donošenja odluke o kupnji		Mesarić, Sanja	
Društveno odgovoran marketing na primjeru Konzumovih Zdravoljubaca		Kolarić, Ana	
Upravljanje odnosima s klijentima na primjeru PBZ-a		Dominić, Silvija	
Utjecajni marketing		Kadojić, Mirela	
Etičnost oglašavanja u digitalnom marketingu		Tomičić, Doris	
Internetski marketing		Antolić, Leonarda	
Marketing putem elektroničke pošte		Leskovar, Mihael	
Primjena marketinga usluga u osiguravajućem društvu		Medved, Marina	
Primjena umjetne inteligencije u marketingu		Ptiček, Monika	
Utjecaj obitelji na ponašanje potrošača prilikom odluke o kupnji		Marijan, Krobot	
Komparativna analiza financijskih izvještaja odabranih agencija za promidžbu		Keleković, Ana	
Procjena financijske sigurnosti poslovanja odabranih agencija za promidžbu		Smetiško, Nikolina	
Analiza kupovnih navika u online okruženju		Mandić, Robert	
E-mail marketing kao element promotivnog spleta internetskog marketinga		Čmarec, Jadranka	

STP analiza		Vrhovec, Barbara	
Upravljanje marketinškom komunikacijom putem virtualnih zajednica		Bilokapić, Stipe	
Istraživanje čimbenika utjecaja na ponašanje milenijalaca kod online kupnje		Leljak, Lucija	
Marketinški planovi		Krušlin, Augustina	
Marketinško upravljanje bazama podataka		Lisjak, Karla	
Životni ciklus proizvoda		Štander, Roberta	
Korištenje modernih tehnologija i društvenih mreža u rekreativnom sportu		Šimek, Helena	
Životni ciklus proizvoda		Puček, Igor	
Izravni marketing		Petrić, Bojana	
Marketing u kulturi i umjetnosti		Srnec, Mia	
Izrada prediktivnih modela u marketingu		Erna, Golubić	
Uloga operacijskog menadžmenta u povećanju potražnje implementacijom e-trgovine		Đurkin, Kristina	
Marketing u turizmu		Ferdelja, Ana	
Poslovno komuniciranje u sportu		Magdić, David	
Primjena umjetne inteligencije u marketingu		Marta, Hundrić	
Utjecajni marketing		Pršec, Antonio	
Važnost e-trgovine sa gledišta generacije „Y“		Daria, Premuš	
Izazovi u internetskoj marketinškoj komunikaciji		Odeljan, Petra	
Marketing u bankarstvu		Radić, Ana-Marija	
Društvene mreže kao suvremeni kanal izravnog marketinga		Bukvić, Arijana	
Praćenje korisnika na webu		Petra, Tetec	
Značaj utjecajnih osoba na marketinške aktivnosti na društvenim mrežama		Vukša, Ivana	
Televizijski marketing kao dio izravnog marketinga		Magdalena, Škvorc	
Komparativna analiza financijskih izvještaja poduzeća Drvodjelac d.o.o. i Hrast – Export – Puklavec d.o.o.		Komes, Iva	

Utjecaj društvenih mreža na vrijednost marke		Kutnjak, Franja	
Implementacija velikih vrsta podataka u CRM		Pero, Batinić	
Marketinške paradigme digitalnog doba		Valentina, Kurtanjek	
Oglašavanje kao element promotivnog spleta internetskog marketinga		Doris, Cvetković	
Primjena novih tehnologija u marketingu s osvrtom na marketing stvari		Petra, Šestak	
Upravljanje promotivnim aktivnostima na društvenim mrežama na primjeru poduzeća iz Međimurske županije		Martina, Pahek	
Izgradnja lojalnosti kupaca		Tkalčec, Anamarija	
Prihvaćenost programa lojalnosti od strane generacije Y		Valentina, Munđar	
Prodaja putem interneta		Gašparić, Karla	
STP analiza		Antolović, Ana	
Upravljanje promocijom		Bobek, Dajana	
Upravljanje robnom markom		Bedić, Emina	
Životni ciklus proizvoda		Črep, Mia	
Analiza poslovanja poduzeća za promidžbu i istraživanje tržišta u Republici Hrvatskoj		Barušić, Danijela	
Matematičko-statisitički modeli upravljanja opskrbnim lancima		Sučić, Matea	
Analiza skladišnog poslovanja u poduzećima na području Međimurske županije		Martina, Korpar	
Marketinško upravljanje bazama podataka		Pikl, Lorena	
Ponašanje potrošača		Lea, Treska	
Optimizacija web mjesta kao element promotivnog spleta internetskog marketinga		Erceg, Monika	
Izravni marketing		Gašparić, Tea	
STP analiza		Kovač, Lucija	
Upravljanje oglašavanjem		Cugovčan, Antonio	
Praćenje ponašanja kupaca korištenjem velikih podataka		Horvat, Valentina	
Virtualna i proširena stvarnost u marketingu		Šarić, Ante	

Uloga segmentacije tržišta u marketingu		Radovanović, Isak	
Upravljanje promocijom		Željezić, Gordana	
Analiza e-trgovine na tržištu Sjeverne Hrvatske		Grabušić, Dubravka	
Iskorištavanje marketinga društvenih mreža u malim poduzećima		Majstorović, Ana	
Istraživanje tržišta		Đud, Dajana	
Korištenje web stranica kao promotivnog sredstva u turističkoj djelatnosti međimurske županije		Klovar, Lara	
Personalizacija u realnom vremenu		Valjak, Marko	
Uloga velikih podataka na formiranje marketinških strategija		Hižak, Jelena	
Upotreba velikih podataka u izradi prediktivnih modela		Jambrošić, Ines	
Utjecaj online oglašavanja na kupovno ponašanje potrošača		Cesarec, Andreja	
Društveno odgovoran marketing		Djak, Ivana	
Era pametnih telefona i dostupnost marketinških aktivnosti kroz aplikacije		Vidoni, Anamarija	
Istraživanje tržišta u eri velikih podataka		Meštrović, Dubravko	
Internetski marketing mikro i malih poduzeća		Mlatilik, Ines	
Ponašanje potrošača prilikom donošenja odluke o kupnji		Tomašek, Lucija	
Primjena udruženog marketinga kao strategije internet marketinga u Republici Hrvatskoj		Pejnović, Lucija	
Strategije određivanja cijene		Rabuzin, Lucija	
Uloga marketinga prilikom razvoja novog proizvoda		Vardić, Ivan	
Upravljanje odnosima s kupcima korištenjem velikih podataka		Hamzić, Edo	
Društvena odgovornost i etika u marketingu		Leljak, Lucija	
Korištenje poznatih osoba u promotivnim kampanjama		Čaćko, Dario	
Upravljanje oglašavanjem		Mesarić, Sanja	
Učinkovitost banner oglašavanja s pojavom bannerskog sljepila		Cvrlja, Josipa	
Povezanost između zadovoljstva klijenata i zadovoljstva zaposlenika		Pelivan, Ivana	

Zemlja podrijetla kao nositelj marke		Grkavac, Magdalena	
Istraživanje zadovoljstva korisnika knjižničnim uslugama		Rakarić, Ivan	
Utjecaj virusnog marketinga na vrijednost marke		Ramljak, Katarina	
Poznate osobe kao nositelji marke		Bradić, Robert	
Životna vrijednost kupaca		Pomper, Petra	
Gerilski marketing		Milak, Antonija	
Marketing na tražilicama i oglašivačkim mrežama		Kidjemet, Mateja	
Politike određivanje cijena		Stepanić, Vladimir	
Uloga društvenih mreža u virusnom marketingu		Mikuljan, Martin	
Uloga segmentacije u e-mail marketingu		Šinko, Filip	
Utjecaj stavova i preferencija generacije y na učestalost i namjeru kupovine putem interneta		Princ, Tomislav	
Zadržavanje i vjernost kupaca		Šantek, Tajana	
Utjecaj cijene na zadovoljstvo i lojalnost generacije Y prilikom kupnje putem interneta		Hustić, Ivana	
Korištenje interaktivnih medija u komunikaciji s potrošačima		Tomičić, Doris	
Mobilno oglašavanje		Šalamon, Jurica	
Viralni marketing		Križanec, Brigita	
Emocionalna povezanost marke s potrošačima		Stančin, Kristian	
Krizna komunikacija u privatnim i javnim organizacijama		Lukčić, Tina	
Ciljni marketing		Krleža, Sandra	
Maloprodajni katalozi		Filipović, Arijana	
Oglašavanje usmjereno djeci		Gazdek, Ana	
Utjecaj zemlje podrijetla na odluku o kupnji		Horvat, Dario	
Upravljanje odnosima s javnošću		Dukarić, Jožica	
Upravljanje veleprodajom		Franjević, Kristina	
Marketinške odluke maloprodaje		Ujvari, Denis	

Praćenje ponašanja kupaca primjenom RFM analize		Bublić, Mario	
Uloga segmentacije na osnovi ponašanja kod prihvaćanja e-usluge		Plastić, Matija	
Utjecaj internet marketinga na formiranje čovjeka kao potrošača		Grgača, Gabrijela	
Internetski marketing		Posedi, Maja	
Određivanje životne vrijednosti kupaca		Rendulić, Suzana	
Prepoznavanje vlastitih kupaca		Blašković, Mihovil	
Marketinške aktivnosti u javnoj vatrogasnoj postrojbi		Brkić, Milenko	
Rudarenje podataka u funkciji unapređenja zadovoljstva kupaca		Mehkek, Nikola	
Upravljanje životnim ciklusom proizvoda		Balov, Viktor	
Istraživanje tržišta za potrebe marketinškog odlučivanja na stranim tržištima		Slunjski, Deni	
Analitički CRM		Čižmešija, Antonela	
Upravljanje marketinškim informacijskim sustavom		Babić, Dajana	
Televizija kao medij izravnog marketinga		Havoić, Marko	
Marketinški miks poduzeća "Nokia"		Jakuš, Sanja	
Marketing usmenom predajom		Rigo, Danijel	
Oglašavanje putem Web stranice		Ostojić, Mirjana	
Komunikacija putem društvenih medija		Vučković, Sanjin	
Osobna prodaja		Franjević, Tamara	
Usporedba tehnika tradicionalnog i internet marketinga		Brkić, Alen	
Utjecaj CRM-a na lojalnost kupaca		Babić, Šime	
Istraživanje za potrebe razvoja nove usluge		Kuzminski, Lea	
Marketing usluga		Hajdinjak, Jelena	
Pozicioniranje na tržištu		Horvatić, Nives	
Publicitet i odnosi s javnošću kao element promotivnog spleta		Šebečić, Dijana	
Elementi promotivnog spleta Internet marketinga		Šuman, Vedran	

The importance of database marketing in social network advertising		Gregurec, Iva; Vranešević, Tihomir; Dobrinić, Damir	