https://zir.nsk.hr/en/user/profile/mbz/293066

Time of export: 28.03.2024. 16:16:48
Repository: zir.nsk.hr
Number of records on this URL: 55
Records exported: 55

Title	URL	Authors	Host item title
Uloga trgovačkih maraka na konkurentnost		Benić, Tatjana	
BUDUĆNOST RAZVOJA TRGOVAČKIH MARKI U SVIJETU I REPUBLICI HRVATSKOJ		Serdarušić, Luka	
DJEČJI MARKETING S OSVRTOM NA MANIPULATIVNO OGLAŠAVANJE USMJERENO NA DJECU		Faletar, Kristina	
ULOGA BRANDA U STVARANJU LOJALNOSTI POTROŠAČA		Čamić, Ivana	
ULOGA EMOCIONALNOG BRANDINGA U IZGRADNJI LOJALNOSTI BRANDA		Ljubičić, Viktorija	
UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA IZGRADNJU BRANDA		Šimičić, Lorena	
VREDNOVANJE BRANDA S ASPEKTA FINANCIJSKE VRIJEDNOSTI BRANDA		Antunović, Anto	
ULOGA ODNOSA S JAVNOŠĆU U KRIZNOM KOMUNICIRANJU		Klobučar, Ankica	
TRGOVAČKA MARKA KAO BRAND		Pezer, Marko	
ULOGA BRANDA U STVARANJU LOJALNOSTI POTROŠAČA		Rimac, Luka	
VREDNOVANJE BRANDA S ASPEKTA TRŽIŠNE VRIJEDNOSTI BRANDA		Brnjik, Ivan	
UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA IZGRADNJU BRANDA		Stažić, Ivan	
UTJECAJ PRIKRIVENOG OGLAŠAVANJA NA ODLUKE O KUPNJI		Duvnjak, Igor	
DRUŠTVENE MREŽE KAO MARKETING ALAT ZA MALA PODUZEĆA		Ivanjko, Nera	
ODNOSI S JAVNOŠĆU I KRIZNO KOMUNICIRANJE		Došen, Marija	
ULOGA EMOCIONALNOG BRANDINGA U IZGRADNJI LOJALNOSTI BRANDA		Žulj, Maja	
ULOGA I DEFINICIJA KATEGORIJE PROIZVODA		Burek, Vedran	
UTJECAJ BRANDA NA IMPULZIVNU KUPNJU BRANDIRANIH I NE BRANDIRANIH PROIZVODA		Grubišić, Ivan	
UTJECAJ PRIKRIVENOG OGLAŠAVANJA NA ODLUKE O KUPNJI		Stanković, Damir	

Analiza kategorije kave unutar maloprodajnih lanaca Konzum, Spar i Lidl - Consumer Decision Tree metoda		Dumenčić, Barbara	
ONLINE CATEGORY MANAGEMENT		Krenek, Maja	
UTJECAJ LAYOUT-A NA PONAŠANJE KUPACA		Gavranić, Iva	
Gerila marketing u malim i srednjim tvrtkama		Kontrec, Toni	
Guerrillski marketing u novim medijima		Skender, Erik	
Utjecaj privatnih marki na ponašanje potrošača		Janić, Petra	
Utjecaj vizualnog identiteta na percepciju potrošača o imidžu branda		Kursar, Vedran	
Analiza kategorije detrdženata za pranje rublja u maloprodajnim lancima Konzum, Spar i Plodine		Cvijanović, Anja	
Layout prodavaonice - utjecaj na kupce		Glibo, Iva	
Online category management		Stojčević, Iva	
Uloga trgovačkih maraka u razvoju branda trgovca		Jurkić, Nikola	
Uloga branda u stvaranju lojalnosti potrošača		Babić, Tomislav	
Uloga neuromarketinga u oglašavanju		Lukić, Biljana	
Tradicionalni vs. guerrilla marketing		Horvat, Mia	
Trgovačka marka kao brand		Malić, Filip	
Utjecaj zemlje podrijetla na percepciju trgovačke marke i branda		Mitrović, Tea	
Utjecaj layouta prodavaonice na kupce		Jurić, Matea	
Budućnost razvoja trgovačkih maraka u Republici Hrvatskoj i svijetu		Ranogajec, Tena	
Analiza kategorije u Category Managementu - "kreme za njegu lica i tijela" u drogerijama.		Babić, Andrea	
Marketing sadržaja kao sredstvo marketinga putem utjecajnih osoba		Bošnjak, Martina	
Uloga trgovačkih maraka u razvoju brenda trgovca		Đaković, Marija	
Blockchain implementacija u oglašavanju		Dujak, Dora	
Lokalni porezi i porezno opterećenje u zemljama Europske Unije		Beljan, Matej	
Materijalne kompenzacije u poduzeću Podravka d.d.		Salajec, Nikolina	
Mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj- analiza održivosti		Klepo, Krešimir	

Nagrađivanje zaposlenika po ESOP programu u poduzeću Kraš d.d.		Kalinić, Mateja	
Koncept trgovačke marke		Adrić, Ružica	
Strategija upravljanja javnim dugom Republike Hrvatske u razdoblju od 2008. do 2017. godine		Hodak, Marina	
Poduzetnički pothvat tvrtke za proizvodnju namještaja po mjeri		Preradović, Marko	
Analiza i usporedba poreza na dobit u Republici Hrvatskoj i zemljama članicama Europske unije		Krajina, Doris	
Uloga i značaj poreza na dodanu vrijednost na razvoj ugostiteljstva		Sabolski, Tomislava	
Novi mediji u oglašavanju		Malarić Sinković, Sanja	
Marketing komunikacijski miks na primjeru poduzeća Panturist d.d.		Duvnjak, Dinko	
Postavljanje i oblikovanje organizacije i organizacijske strukture građevinskog poduzeća		Stojković, Igor	
Povezanost organizacijskih aspekata podjele poduzeća i uspješnosti poslovanja		Filipović, Mario	
Pozicioniranje branda u svijesti potrošača		Memić, Natalija	