https://zir.nsk.hr/user/profile/mbz/293055

Vrijeme izvoza: 28.03.2024. 21:29:29
Repozitorij: zir.nsk.hr
Ukupan broj zapisa na URL-u: 322
Broj izvezenih zapisa: 100

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
PRILAGODBA POSLOVNOG MODELA DIGITALNOM OKRUŽENJU		Matković, Hrvoje	
Mogućnosti primjene digitalnog marketinga u posebnim oblicima turizma: profili turista lovnog turizma u Republici Hrvatskoj		Bašić Žic, Maja	
Utjecaj pandemije COVID-19 na promjene u internetskoj trgovini		Bilić, Višnja	
BAADER – MEINHOFOV FENOMEN KAO SEGMENT MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI		Šerić, Marta	
Povijesni razvoj e-trgovine		Grbavac, Antun	
MARKETINŠKE AKTIVNOSTI U OBRTNIŠTVU		Ivezić, Ivana	
MARKETINŠKE AKTIVNOSTI U VINSKOJ INDUSTRIJI		Mrđenović, Miroslav	
MARKETINŠKE SPECIFIČNOSTI DRUŠTVENE MREŽE TIK TOK		Blažević, Gabriela	
UTJECAJ OSOBNIH ČIMBENIKA NA PONAŠANJE POTROŠAČA		Drobac, Vanesa	
VAŽNOST MARKETING PLANA ZA MALA I SREDNJA PODUZEĆA		Brajnović, Tena	
ANALIZA TRENDOVA MOBILNE TRGOVINE		Lolić, Stribor	
Internetski oblici plaćanja i digitalne valute		Grgić, Matej	
MARKETINŠKE SPECIFIČNOSTI VIRTUALNE STVARNOSTI		Galić, Ljerka	
OCJENA KAMPANJE ZA PODIZANJE SVIJESTI O BRENDU NA DRUŠTVENIM MREŽAMA		Pakšec, Dora	
PODCAST – PLATFORMA ZA PRIPOVIJEDANJE PUTEM AUDIO SADRŽAJA		Kovačević, Patricia	
PRIJENOS UŽIVO KAO ISTAKNUTA VIDEO FORMA		Poplašen, Ivana	
Perspektiva krajnjih potrošača o aktivnostima e-mail marketinga te percipiranim promjenama uslijed pandemije Covid-19		Ljuban, Leonarda	

UPORABA MULTIMEDIJSKIH ELEMENATA U PROCESU BRENDIRANJA		Vovk, Vanja	
UTJECAJ VIDEA I SLIKE NA PERFORMANSE OGLASA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA		Bartolović, Katarina	
VIDEO DNEVNIK KAO SREDSTVO DOSTAVLJANJA MULTIMEDIJALNE PORUKE		Matić, Stjepan	
ANALIZA UPRAVLJANJA MARKETINGOM U INDUSTRIJI INFORMATIČKIH TEHNOLOGIJA		Riedl, Emma	
KORIŠTENJE DESIGN THINKING METODOLOGIJE U SVRHU OBLIKOVANJA MARKETINŠKE STRATEGIJE I RAZVOJA PROIZVODA		Ćosić, Ilija	
UPRAVLJANJE MARKETINGOM IZ POZICIJE TRŽIŠNOG SLJEDBENIKA		Rašić, Ivona	
DIGITALNA PRISTUNOST TURISTIČKIH POSLOVNIH SUBJEKATA		Šakić, Antonijo	
INFLUENCERI U MARKETINŠKIM AKTIVNOSTIMA		Habus, Tamara	
IZGRADNJA MARKE U INTERNETSKOM OKRUŽENJU		Horvatić, Ivan	
MARKETING POSLOVNIH SUBJEKATA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA		Pavljašević, Ana	
Marketinška komunikacija e-mailom		Andrić, Patricia	
OBLICI VIRALNOG MARKETINGA NA INTERNETU		Pendić, Lea	
DIGITALNA PRISUTNOST POSLOVNOG SUBJEKTA		Vilk, Anja	
E-trgovina u Hrvatskoj		Cah, Domagoj	
MOGUĆNOSTI PRIMJENE INTERAKTIVNOSTI I MULTIMEDIJE U KULTURI		Filipović, Antonio	
PRIKAZ TEHNIKE I ALATA EYE TRACKINGA U UPRAVLJANJU MARKETINGOM		Čorić, Patricia	
TEHNOLOGIJA PROŠIRENE STVARNOSTI U SLUŽBI DOSTAVLJANJA SADRŽAJA U OKRUŽJE KORISNIKA		Ištuk, Ana	
Utjecaj umjetne inteligencije na marketinške aktivnosti		Vizentaner, Domagoj	
Istraživanje spremnosti korisnika na prihvaćanje tehnologija umjetne inteligencije		Budimir, Bruno	
ULOGA MARKETINGA I ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU ŠPANJOLSKE I AUSTRIJE		Stanić, Sofija	
MARKETINŠKE AKTIVNOSTI NA TRAŽILICAMA		Šarčević, Judita	
Analiza suvremenih internetskih platformi za prodaju drogerijskih proizvoda		Zvonarić, Dario	
PERCEPCIJA RIZIKA POTROŠAČA PRILIKOM KORIŠTENJA GLASOVNOG PRETRAŽIVANJA		Džunja, Tomislav	
ZASTUPLJENOST E-MARKETINGA U AGROTURIZMU SLAVONIJE, BARANJE I SRIJEMA		Burušić Barčan, Ivana	

Marketing u turizmu na OPG-ovima		Livaja, Barbara	
MARKETINŠKE PERSPEKTIVE E-TRGOVINE		Kordić, Marina	
MEDIJSKA KULTURA U SUVREMENOM DRUŠTVU		Mihalj, Petar	
MULTIMEDIJA U INDUSTRIJI VIDEO IGARA		Münz Filipović, Lea	
MULTIMEDIJSKI SADRŽAJI U OBRAZOVANJU		Jurić, Marija	
PODCAST KAO MEDIJ SUVREMENOG AUDIO OGLAŠAVANJA		Čuić, Dino	
Platforme za e-trgovinu		Stanković, Marino	
STRATEGIJA MARKETING SADRŽAJA NA DRUŠTVENOJ MREŽI INSTAGRAM		Majstrović, Lucija	
STRATEGIJA MARKETING SADRŽAJA U SPORTU		Kujavić, Filip	
UPOTREBA MULTIMEDIJSKIH ELEMENATA PRI IZRADI WEB SJEDIŠTA		Zušćak, Domagoj	
UTJECAJ KORISNIČKOG SUČELJA NA KORISNIČKO ISKUSTVO		Tomas, Luka	
UTJECAJ ZVUKA NA KORISNIČKO PONAŠANJE		Živković, Lucija	
ANALIZA CHATBOTA U PROGRAMIMA ISTOVREMENE RAZMJENE PORUKA		Renka, Alen	
ANALIZA FENOMENA STRAHA OD PROPUŠTANJA (FOMO) U UPRAVLJANJU MARKETINGOM		Šarčević, Ana	
IMPLEMENTACIJA KOMPONENTI MOBILNOG MARKETING U SUVREMENIM POSLOVNIM AKTIVNOSTIMA		Glibo, Kristina	
MARKETING LUKSUZNIH PROIZVODA		Orkić, Marijana	
ZNAČAJ BUYER PERSONA U MARKETINGU		Marić, Roberta	
Mogućnosti primjene e-učenja		Tandarić, Dora	
ANALIZA MARKETINŠKE KAMPANJE		Tomašević, Antonija	
TRENDOVI PRIMJENE METRIKE MARKETINGA		Rupčić, Mateja	
ZNAČAJ TRAŽILICA U INTERNETSKOM INFORMACIJSKOM PROSTORU		Zebec, Antun	
ANALIZA TRENDOVA MOBILNOG OKRUŽENJA		Galić, Marin	
OBLICI VIRALNOG MARKETINGA NA INTERNETU		Cvitanović, Dina	
TRENDOVI DIGITALNOG MARKETINGA		Štimac, Franko	
MARKETINŠKE SPECIFIČNOSTI DRUŠTVENE MREŽE		Dujmenović, Marija	

UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA UPRAVLJANJE MARKETINGOM		Mlinarević, Franka	
Marketing poslovnih subjekata na društvenim mrežama		Lovrić, Magdalena	
PRIMJENA E-MARKETINGA U KOZMETIČKOJ INDUSTRIJI		Knežević, Marina	
OPTIMIZACIJA MULTIMEDIJALNIH ELEMENATA I WEB TRAŽILICE		Budić, Gabrijela	
Multimedijalne mogućnosti mobilnog marketinga		Radoš, Maja	
Multimedijalne mogućnosti nosive tehnologije		Miličević, Matija	
Oglašavanje kroz strategiju utjecajnih osoba u mobilnom okruženju		Živković, Antonio	
TEHNIKE I ALATI ISTRAŽIVANJA ZADOVOLJSTVA POTROŠAČA S NAGLASKOM NA „Z“ GENERACIJU		Mazur, Mihaela	
Mogućnosti oglašavanja na društvenim mrežama i njezini učinci na stavove pripadnika generacije Z		Kovač, Matea	
POTENCIJALI GEOLOKACIJSKOG MARKETINGA		Naglav, Ozren	
PROŠIRENA STVARNOST I VIRTUALIZACIJA KAO NADOPUNA SUVREMENIM MARKETINŠKIM AKTIVNOSTIMA		Nađ, Karmen	
PROŠIRENA STVARNOST KAO NOSITELJ MULTIMEDIJALNE MARKETINŠKE INFORMACIJE		Antunović, Marko	
STVARANJE DUGOROČNO LOJALNIH ODNOSA KROZ SUSTAVE NAGRAĐIVANJA		Crnjac Ilić, Matea	
TRENDOVI E-TRGOVINE		Deak, Matej	
TRENDOVI U VIDEO MARKETINGU		Marković, Ena	
VAŽNOST BOJA, DIZAJNA I PAKIRANJA U MARKETINGU		Grgić, Božidar	
Značaj platformi za dijeljenje slikovnog sadržaja u mobilnoj marketinškoj strategiji		Kršić, Mario	
OBLICI VIRALNOG MARKETINGA NA INTERNETU		Nikolić, Ivana	
MOGUĆNOST UPORABE POSLOVNOG WEB - SJEDIŠTA		Jozić, Katarina	
TRENDOVI DIGITALNOG MARKETINGA		Vidović, Nina	
ANALIZA SPECIFIČNIH INTERNETSKIH POSLOVNIH MODELA U REPUBLICI HRVATSKOJ		Vareševac, Mateja	
ANALIZA UPRAVLJANJA MARKETINGOM U IT INDUSTRIJI		Bubalo, Filip	
DIGITALNA PRISUTNOST POSLOVNOG SUBJEKTA MANGO		Ćosić, Barbara	
DIGITALNA PRISUTNOST TURISTIČKIH POSLOVNIH SUBJEKATA		Vujić, Ema	
E-marketing financijskih institucija		Cah, Domagoj	

Economic potentials of smart cities		Peić, Klara	
INTERAKTIVNOST KAO NAJVAŽNIJA OSOBINA DIGITALNE MULTIMEDIJE		Matković, Matea	
MARKETINŠKE SPECIFIČNOSTI DRUŠTVENE MREŽE		Žada, Lovro	
NUŽNOST KREIRANJA IMIDŽA PROIZVODA		Mikić, Doris	
OGLAŠAVANJE KROZ STRATEGIJU UTJECAJNIH OSOBA U MOBILNOM OKRUŽENJU		Stjepanović, Matea	
UPRAVLJANJE MASOVNIM KOMUNIKACIJAMA KROZ OGLAŠAVANJE, UNAPREĐENJE PRODAJE, DOGAĐAJE I ISKUSTVA		Tomičić, Ivna	
Uloga strategije korištenja utjecajnih osoba na kupovinu proizvoda		Spudić, Josipa	
ANALIZA TRENDOVA MOBILNOG OKRUŽENJA		Vilk, Anja	
MARKETING POSLOVNIH SUBJEKATA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA		Bagudić, Anamarija	
Marketinške aktivnosti na tražilicama		Vizentaner, Domagoj	
OSOBITOSTI KUPNJE LOKALNE TRADICIJSKE HRANE U UGOSTITELJSTVU		Pajić, Davor	
INTERNETSKI OBLICI PLAĆANJA I DIGITALNE VALUTE		Vidaković, Dominik	
Komparacija i učinkovitost turističkih mobilnih aplikacija		Stojšić, Ana	
MARKETINŠKI ASPEKTI POSLOVANJA HRVATSKOG ZAVODA ZA ZDRAVSTVENO OSIGURANJE U ONLINE OKRUŽENJU		Jukić, Katarina	
Uloga brenda u poslovanju na primjeru industrije namještaja		Jelić, Kristina	
Ekonomski potencijali pametnih gradova		Miloloža, Lucija	
Implementacija komponenti mobilnog marketinga u suvremenim poslovnim aktivnostima		Raguž, Monika	
Izazovi vođenja bloga namijenjenog komercijalnoj upotrebi		Čerkez, Iva	
Izrada mobilne aplikacije "Studos" za poslovni subjekt "Ekonomski fakultet u Osijeku"		Bela, Luka	
Korištenje vizualnih sadržaja kao sredstava u izgradnji brend imidža		Rendulić, Sabina	
Multimedijalne mogućnosti fotografije na odabranom primjeru		Tonković, Jona	
Oglašavanje na društvenim mrežama		Majetić, Andrea	
Stvaranje dugoročno lojalnih odnosa kroz sustave nagrađivanja		Čabraja, Miriam	
Utjecaj društvenih mreža na izgradnju brenda		Kurtović, Matea	

Važnost boja, dizajna i pakiranja u marketingu		Ružić, Toni	
Važnost multimedijalnog marketinga u vjenčanoj fotografiji		Ripić, Ivan	
Značaj platformi za dijeljenje slikovnog sadržaja u mobilnoj marketinškoj strategiji		Sokić, Iva	
Internetski oblici plaćanja i digitalne valute		Brocić, Dejan	
Marketinške specifičnosti virtualne stvarnosti		Sigur, Matea	
Metrika mobilnog marketinga		Ravlić, Marija	
Nužnost kreiranje imidža proizvoda		Krstanović, Luka	
Trendovi e - trgovine: Kupovina glasovnim naredbama putem uređaja umjetne inteligencije		Kraljević, Borna	
Uloga društvenih mreža u marketinškoj komunikaciji		Katavić, Lana	
Marketinške aktivnosti na tražilicama		Zebec, Antun	
Oblici viralnog marketinga na internetu		Jurić, Marija	
Trendovi digitalnog marketinga		Pfeifer, Bruno	
Analiza trendova mobilnog marketinga		Fadljević, Željka	
E-marketing u turizmu		Čuić, Dino	
Marketing poslovnih subjekata na društvenim mrežama		Džunja, Tomislav	
Marketinške specifičnosti društvene mreže		Starčević, Andrea	
Specifičnosti internetskog poslovnog modela		Kujavić, Filip	
Analiza trendova mobilne trgovine		Veršić, Domagoj	
Analiza upravljanja marketingom u kozmetičkoj industriji		Roso, Kristina	
Mobilno oglašavanje na društvenim mrežama i tražilicama		Ferić, Krešimir	
Sigurnost MIS-a i računalni kriminal		Vitolić, Ines	
Trendovi elektroničkog poslovanja		Meleš, Ivana	
Utjecaj geolokacijskog marketinga na ponašanje potrošača		Lehpamer, Valentina	
Budućnost multimedijalnog marketinga ili prolazna faza - utjecajne osobe na društvenim mrežama		Hampshire, Tea	
Platforme za e-trgovinu		Galić, Jelena	

Pravni i etički aspekti e-trgovine		Mihaljević, Mihael	
Tipografija kao nositelj tekstualne poruke u digitalnom okruženju		Marinić, Andrijana	
Trendovi u video marketingu		Lefler, Vedran	
Uloga e-marketinga u uspješnoj provedbi zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom		Kusić, Ivica	
Utjecaj društvenih medija i mobilnih aplikacija na potrošača prilikom odabira turističke destinacije		Palić, Tonina	
Utjecaj premium kategorije proizvoda na ponašanje potrošača		Krišto, Tanja	
Pozicija i značaj influencera u Hrvatskoj		Jaška, Sanja	
The relationship between participants' registrations and promotional activities of the Erasmus for Young Entrepreneurs Programme		Juričić, Iva	
Utjecaj korisnički generiranoga sadržaja na odabir planiranoga putovanja		Hrustek, Ana	
Mogućnosti marketinga sadržaja na tržištu korporativnog wellbeing-a		Jurić, Ivana	
Važnost istraživanja tržišta usluga otkupa i naplate potraživanja		Zrnc, Ivan	
Emocionalni brendovi		Čolakić, Suzana	
Kupnja putem postupka javne nabave		Segedi, Tanja	
Primjena poslovne inteligencije u sustavima za upravljanjem znanjem		Mesarić, Saša	
Upravljanje podacima u eri Big Data		Bakač, Tomislav	
Zaštita potrošača		Glavota, Ana	
Organizacija međunarodnog marketinga u poduzeću Coca-cola		Mašić, Ivana	
Uloga novih medija oglašavanja u promocijskom mix-u.		Franjić, Franka	
Metrika mobilnog marketinga		Leventić, Ivana	
Proširena stvarnost i virtualizacija kao nadopuna suvremenim marketinškim aktivnostima		Ščević, Jelena	
Dubrovnik kao turističko odredište		Štajcer, Sara	
Guerilla marketing u turizmu		Paska, Matea	
Ponašanje potrošača i donošenje odluka pri izboru i kupnji namještaja po mjeri na primjeru tvrtke "Firmo" d.o.o. Bizovac		Kocijan, Andrea	
Internetski informacijski prostor		Nikšić, Goran	

Pozicioniranje sportskog kolektiva u digitalnom okruženju		Končarević, Mihael	
Internetski marketing malih privatnih iznajmljivača		Raljević, Ivan	
Učinkovitost oglašavanja putem društvene mreže Facebook		Landeka, Kristijan	
Učinkovitost oglašavanja putem društvene mreže Facebook		Landeka, Kristijan	
Analiza marketinške kampanje		Filipović, Monika	
Analiza poslovnog web-sjedišta		Bubalo, Filip	
Analiza procesa donošenja odluke o kupovini		Gregić, Ana	
Implementacija komponenti mobilnog marketinga u suvremenim poslovnim aktivnostima		Bermanec, Valentina	
Internetsko oglašavanje		Mašić, Mihael	
Izgradnja marke u internetskom okruženju		Budimčić, Ivan	
Marketing poslovnih subjekata na društvenim mrežama		Stanković, Marino	
Marketinške specifičnosti društvene mreže		Kordić, Marina	
Multimedijalne mogućnosti mobilnog marketinga		Grubeša, Dolores	
Multimedijalne mogućnosti nosive tehnologije		Jasenko, Mateja	
Oblici internetskog plaćanja i digitalne valute		Pandžić, Marko	
Primjena mobilnog marketinga u razvoju odnosa s korisnicima		Matijević, Ivica	
Promjene medijskih navika opće populacije Republike Hrvatske u multimedijalnom okruženju		Kovačić, Ana	
Specifičnosti poslovnog modela glazbenog streaming servisa Deezer		Vidaković, Dominik	
Sustavi za upravljanje znanjem		Santi, Antonio	
Trendovi e-trgovine		Pavlović, Marija	
Uloga strategije korištenja utjecajnih osoba (influencera) na kupovinu proizvoda putem interneta		Katava, Tina Kristina	
Utjecaj osobnih čimbenika na ponašanje potrošača		Raguž, Maja	
Video dnevnik kao sredstvo dostavljanja multimedijalne poruke		Filipović, Iva	
Virtualna stvarnost		Marošević, Đurica	
Vrednovanje zadovoljstva korisnika		Ronta, Matej	

Zvuk kao sredstvo upotpunjavanja kupovnog iskustva		Živikić, Martina	
Izazovi vođenja bloga namijenjenog komercijalnoj upotrebi		Radičević, Iva	
Mobilni marketing: specifičnosti primjene u mobilnom bankarstvu		Gavranić, Iva	
Mobilno oglašavanje na društvenim mrežama i tražilicama		Šilović, Ivan	
Nužnost kreiranje imidža proizvoda		Šarac, Aljoša	
Proširena stvarnost kao nositelj multimedijalne marketinške informacije		Đuzel, Ivona	
Značaj marketinga sadržaja za distribuciju mobilnih aplikacija		Mikić, Iva	
Značaj platformi za dijeljenje slikovnog sadržaja u mobilnoj marketinškoj strategiji		Fekete, Katarina	
Specifičnosti internetskog poslovnog modela		Ćosić, Barbara	
Virtualna šetnja kao potpora komuniciranju mikrolokacijskih informacija		Knežević, Jelena	
BRENDIRANJE REPUBLIKE HRVATSKE KAO ZEMLJE VINA		Brižić, Matea	
Marketing turističkih agencija i turoperatora		Rupić, Dino	
Oglašavanje kroz strategiju utjecajnih osoba		Šljivac, Mislav	
Društvene mreže u sportu kao sredstvo tržišnog komuniciranja.		Grozbek, Hrvoje	
Utjecaj propagandnih letaka na ponašanje potrošača		Kovačević, Josip	
Razvojni put tvrtke u području internetske trgovine		Antolović, Zrinka	
Komparacija popularnih kriptovaluta Bitcoin i Ethereum		Šumiga, Daria	
Promjene u upravljanju korisničkim podacima u kontekstu odredbi opće uredbe o zaštiti podataka		Pandurić, Tin	
Međunarodni marketing u IT industriji		Janas, Nikolina	
Oglašavanje u političkom marketingu		Erkapić, Manuela	
Uloga CRM-a u poslovanju		Primožić, Marina	
Cjeloživotno obrazovanje kao jedan od glavnih trendova informacijske tehnologije		Golub, Mirna	
Mjesto i uloga komunikacijskog sustava u funkciji upravljanja poslovnih korporacija		Borković, Pavao	
Poticanje kreativnosti kroz vođenje i motiviranje		Matić, Stjepan	
Primjena modela dropshippinga u oblikovanju e-trgovine		Cincar, Robert	

Reinženjering i organizacija koja uči		Slivečko, Amanda	
Teorija održivog razvoja gradova.		Filipović, Aleksandar	
Upravljanje odnosima s potrošačima (CRM) na primjeru poduzeća Hrvatski telekom d.d.		Steinbrickner, Vedrana	
Uloga timova u poslovnom procesu		Grubišić, Ivan	
Utjecaj urbanog marketinga na razvoj gradova		Završki, Mislav	
Marketinški profil hrvatskog izvoznika - slučaj INA d.d.		Ljevar, Boris	
Oblikovanje i komunikacija kampanje grupnog financiranja		Kraljević, Borna	
Održiva potrošnja u mlađoj populaciji		Barišić, Dinko	
Ponašanje potrošača na tržištu bezreceptnih lijekova		Ćurić, Mirna	
Razvoj turističke ponude Republike Hrvatske kroz hotelsko poslovanje		Marić, Vedran	
Specifičnosti oglašavanja na društvenoj mreži Instagram		Janić, Petra	
Upravljanje marketingom na tržištu krajnje potrošnje u automobilskoj industriji		Sendić, Kristina	
Matrike marketinga		Režić Brdarić, Maja	
Prilagodba glazbene industrije u digitalnom okružju		Pintarić, Krešimir	
Promjene potrošačke percepcije u okruženju e-trgovine		Jacoby, Ines	
Utjecaj e-trgovina na ponašanje potrošača		Posavac, Dražen	
Značaj Dark weba kao dijela internetskog informacijskog prostora		Kralj, Dino	
Usporedba oglašivačkih mogućnosti sustava Google Adwords i društvene mreže Facebook		Lukanec, Dino	
Upravljanje elitnim turizmom kroz resorte		Ružić, Toni	
Marketing sadržaja kao sredstvo marketinga putem utjecajnih osoba.		Kovačević, Lucija	
INTERNETSKI MARKETING GRAŠEVINE		Vajda-Mlinaček, Ljiljana	
Marketinški plan i strategija uvođenja craft piva na tržište		Posavac, Melita	
Prevencija računalnog kriminala		Brlek, Nikolina	
Oglašavanje na društvenim mrežama		Martić, Elizabeta	
Responzivni web dizajn i mobilne aplikacije kao nužnost internetskog marketinga		Cvrković, Zlatko	

Način primjene Government to Bussiness (G2B) i Government to Citizens (G2C) portala s ciljem učinkovitog informiranja korisnika porezne uprave		Hajduković, Boris	
Potencijali Bjelovarsko - bilogorske županije kao turističke zajednice		Dokić, Martina	
Multimedijalne mogućnosti fotografije na primjeru portretne fotografije		Milić, Ivana	
Internetski marketing		Ivić, Danijel	
Marketinški aspekti bankarstva		Marukić, Magdalena	
Marketinška istraživanja na Internetu		Kamenčak, Andrea	
Specifičnosti oglašavanja na društvenoj mreži Youtube		Periša, Petra	
Analiza marketinških kampanja		Martinović, Mario	
Marketing strategija dućana iz susjedstva		Zec, Nedjeljko	
Alati za pretraživanje i analizu internetskog informacijskog prostora		Milković, Luka	
Analiza brokerskih modela u mobilnom okruženju		Prnjak, Jelena	
Analiza procesa donošenja odluke o kupnji		Bičanić, Slađana	
Koncept potrošačkog etnocentrizma i njegov odnos s demografskim varijablama i stvarnim kupovnim ponašanjem		Cerić, Nina	
Kulturne manifestacije kao pokretači razvoja turizma istočne Hrvatske		Lozić, Jasmina	
Statistički programi i metode mjerenja učinkovitosti mobilnog marketinga		Glibušić, Luka	
Studija izvodljivosti kupnje i obnove hotela		Gelo, Anica	
Uporaba marketinških informacijskih sustava u turizmu		Potočki, Maja	
Upravljanje komunikacijskim kanalima s potrošačima u marketingu osiguranja		Ukmar, Kristina	
Upravljanje marketingom u institucijama kulture s naglaskom na kazališta		Kranjčević, Irena	
Utjecaj obitelji na kupnju prehrambenih proizvoda		Vukmir, Marko	
Upravljanje marketingom u hotelskom poslovanju		Marić, Matej	
Analiza poduzetničkog potencijala Vukovarsko-srijemske županije		Krešić, Zvonimir	
Analiza upravljanja marketingom najbrže rastućih brandova na društvenim mrežama		Pašuld, Ivana	
Korištenje multimedijalnog marketinga u svrhu nove evangelizacije		Kljajić, Katarina	

Modeli promocije selektivnog oblika turizma u Osječko-baranjskoj županiji		Jelačić, Maja	
Odnosi s javnošću i publicitet u digitalnom okruženju		Rist, Anja	
Analiza i potencijali marketing programa ugostiteljskih objekata		Sikra, Franciska	
Korištenje multimedije na primjeru uslužnog modela obrazovanja		Petrović, Mirta	
Poduzetničke prilike u turističkoj djelatnosti		Čačić, Sanja	
Uporaba Google Analyticsa u analizi poslovnog web-sjedišta		Bermanec, Valentina	
Računalni kriminal kao prijetnja e - trgovini		Banić Babec, Helena	
Uloga i značaj fotografije u marketingu sadržaja		Colarić, Monika	
Inbound marketing kao rastući koncept komunikacije s potrošačima		Vuković, Krešimir	
Web sjedište kao promocijski alat turističkog odredišta		Miković, Matija	
Marketinške mogućnosti društvenih mreža na primjeru nogometnog kluba		König, Karlo	
Google analytics kao potpora google adwordsu u internetskom marketingu - mobile vs. desktop		Zbiljski, Matej	
Primjena e-marketinga u bankarskom sektoru		Ćurić, Marijana	
Multimedijalni marketing kao komunikacijsko sredstvo na primjeru proizvoda namjenjenih djeci		Čamić, Ines	
Primjena virtualne stvarnosti u marketingu		Bobić, Bojan	
Turistički vodič kao donositelj odluke u procesu upravljanja grupom		Šandrk, Ivica	
Prikriveno oglašavanje kroz ciklus filmova o James Bond-u		Banoža, Marko	
Uloga digitalnih tehnologija u osobnom marketingu		Radulović, Filip	
Markentiška perspektiva uporabe informacijskih sustava u javnoj upravi		Peček, Marina	
UPRAVLJANJE ODNOSIMA S JAVNOŠĆU NARUČITELJA U JAVNOJ NABAVI		Maloča, Anamarija	
Selektivni oblici turizma		Slišković, Kristina	
Hotelijerska primjena E-poslovanja u Republici Hrvatskoj		Karaula, Katarina	
Potencijali suvremenih mobilnih tehnologija u modnoj industriji		Rončević, Lucija	
Pozicioniranje usluge na tržištu		Marijašević, Mirela	
Utjecaj mobilnih uređaja na marketing na društvenim mrežama		Amidžić, Bernarda	

Medijski centar "Glas Slavonije"		Fabijanić, Kristijan	
Stavovi studenta o volontiranju		Ažić, Matija	
Uporaba društvenih mreža u marketinškim aktivnostima: komparacija mogućnosti Facebooka i Pinteresta		Veselčić, Anja	
Optimizacija web tražilica i sadržaj kao strategije digitalnog marketinga		Grofelnik, Deni	
Prikriveno oglašavanje na filmu		Vlajčić, Marija	
Trendovi u video marketingu		Loina, Marko	
Mobilna promocija temeljena na lokaciji korisnika		Kovačić, Marija	
Mobilna tehnologija u digitalizaciji javne uprave		Blagojević, Lea	
Online i offline promocija mobilne aplikacije turističke zajednice grada Osijeka		Ćavar, Valentina	
Utjecaj interneta i novih trendova na razvoj turizma		Jurić, Ivana	
Viralni marketing		Šomođi, Larisa	
Aspekti mobilnog marketinga kroz učinkovito korištenje mobilnih aplikacija		El-Ayedi, Sindi	
Mikro-trenuci korisničkog iskustva		Budimir, Bruno	
Oglašavanje na pretraživačkoj mreži Google Adwords		Šimunović, Robert	
Značaj marketinga sadržaja u poslovnoj uporabi Facebooka		Pandurić, Tin	
Marketinški potencijal Instagrama		Erić, Emil	
Utjecaj okruženja na diferencijaciju strategije međunarodnog marketinga		Škojo, Ivan	
Interaktivni oglašivački modeli na internetu		Dragičević, Ivan	
MARKETINŠKI ASPEKTI HRVATSKE LUTRIJE U ONLINE OKRUŽJU		Rekić, Eduard	
Mobilno poslovanje		Perić, Antonello	
Potencijali B2B mobilnih aplikacija		Kršić, Ivana	
Analiza aktivnosti E-marketinga poslovnog subjekta IKEA		Oužecky, Antonela	
Google AdWords prikazivačka mreža		Greger, Boris	
Etika i moral u suvremenom oglašavanju		Galović, Andrea	

Suvremeni oblici interaktivne marketinške komunikacije u životu i poslovanju		Maleta, David	
Utjecaj digitalnih medija na ponašanje potrošaća		Epert Hećimović, Anita	
DRUŠTVENE MREŽE I NJIHOVA ULOGA PRILIKOM PROMOCIJE PROIZVODA SPORTSKE SUPLEMENTACIJE I ZDRAVE PREHRANE		Kužnini, Adrian	
Osobno brandiranje u digitalnom okruženju		Morović, Boris	
Masovni mediji i utjecaj na društveni život		Gavranović, Goran	
Odlučivanje kao proces donošenja poslovnih odluka		Grdić, Ivana	
Videooglašavanje na Youtubeu i Google prikazivačkoj mreži		Škegro, Ivana	
Preferencije prilikom odabira multimedijalnog sadržaja među studentskom populacijom		Mašić, Dino	
Optimizacija multimedije		Bubalo, Zvonimir	
Strateški menadžment poslovnog sustava s posebnim osvrtom na primjenu jednostavnih softverskih rješenja u poslovanju		Batinac, Saša	