https://zir.nsk.hr/user/profile/mbz/374781

Vrijeme izvoza: 29.03.2024. 03:38:14
Repozitorij: zir.nsk.hr
Ukupan broj zapisa na URL-u: 16
Broj izvezenih zapisa: 16

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
UTJECAJ PANDEMIJE BOLESTI COVID-19 NA PONAŠANJE POTROŠAČA U INDUSTRIJI LJEPOTE		Rep, Marijana	
INFLUENCERI KAO EFIKASAN ALAT DIGITALNIH TRŽIŠNIH KOMUNIKACIJA		Pažin, Josipa	
IMPLEMENTACIJA STRATEGIJE DIGITALNIH KOMUNIKACIJA ZA USLUGU TURISTIČKOG SMJEŠTAJA		Bujanović, Stefani	
SAMOREGULACIJA TRŽIŠNOG KOMUNICIRANJA U HRVATSKOJ NA PRIMJERU TELEKOMUNIKACIJSKE INDUSTRIJE		Družijanić, Marta	
STRATEGIJA DIGITALNE KOMUNIKACIJE ZA KAMP KASTANIJA NOVIGRAD		Bajić, Gregor	
ULOGA DIGITALNIH TRŽIŠNIH KOMUNIKACIJA U HOTELIJERSKOJ INDUSTRIJI		Mislović, Vesna	
AUTOMATIZACIJA ZAKUPA MEDIJSKOG PROSTORA KROZ PROGRAMATSKO OGLAŠAVANJE		Prežigalo, Josipa	
INFLUENCER MARKETING KAO MOĆAN ALAT PROMOCIJE BRANDA		Pale, Domagoj	
NOVI KONCEPT SURADNJE VISOKOG OBRAZOVANJA I GOSPODARSTVA KROZ PLATFORMU ZA DIGITALNE MARKETINŠKE USLUGE		Kolačević, Mihaela	
ANALIZA HRVATSKOG TRŽIŠTA CRAFT PIVA NA PRIMJERU MIKRO PIVOVARE		Ražnatović, Andrija	
ANALIZA KORISNIČKOG ISKUSTVA U B2B E-TRGOVINI NA PRIMJERU E-TRGOVINE TEHNIČKOM OPREMOM		Jezidžić, Ana	
Etički aspekti tržišnih komunikacija u Hrvatskoj iz prakse rada Suda časti HURA-e		Mikatović, Antonio	
OPTIMIZACIJA WEB-STRANICE NA PRIMJERU KOMPANIJE IZ AUTO INDUSTRIJE		Zečević, Adriana	
POZICIONIRANJE I STRATEGIJA ONLINE OGLAŠAVANJA ZA OPG NA TRŽIŠTU PRIRODNE HRANE		Gašpar Curman, Rebeka	
PREDNOSTI I PRIMJENA DROPSHIPPING-A KAO METODE E-POSLOVANJA – REALIZACIJA PROJEKTA NA PLATFORMI SHOPIFY		Knežević, Karlo	
Korištenje promotivnih kupona kao alata aktivacije branda u Hrvatskoj i svijetu		Galović, Ivan	