

Vrijeme izvoza: 30.05.2025. 05:29:54

Repozitorij: repository.svkri.uniri.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 48

Broj izvezenih zapisa: 48

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Mentalni modeli u marketingu – povezanost menadžerskih kognicija i tržišne snage marke		Fraculj, Mario	
Exploring food brand loyalty: the effects of clear label concept on product quality and brand credibility perception		Martina, Ferencić	
Sponzorstvo u sportu: organizator i sponzor – ključni elementi u kreiranju uspješnog partnerskog odnosa		Jurmić, Sven	
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	
Suočavanje s neuspješnom uslugom i uloga kvalitete odnosa na sportskom tržištu		Kuzmanić, Antonio	
Sinergija offline i online aktivnosti kao preduvjet za tržišni uspjeh kamping proizvoda		Vranić, Tea	
Sadašnjost i budućnost marketinga društvenih mreža		Lebinac Vrbanić, Tena	
Ulaganje u energetska učinkovitost stambenim kreditiranjem		Pamić Tumpić, Marta	
Marketing miks hotelskih lanaca-poslovni slučaj hotela Sheraton		Ćubelić, Luka	
Vino u gastronomskoj ponudi turističke destinacije		Avelini, Josip	
Utjecaj komunikacije putem društvenih mreža na percepciju brenda pomorskog putničkog prijevoznika kod generacije Y		Svetina, Antonia	
Strateško udruživanje i marketing malih i obiteljskih hotela		Dobrić, Ivan	
Izvorišta i reakcije na percipiranu kvalitetu visokog učilišta		Jadrić, Ivana	
Contributions of Functional Magnetic Resonance Imaging in Market Research: Obstacles and Perspectives		Vujičić, Maja; Grbac, Bruno; Mozetič, Vladimir	

Značaj izgradnje marke u razvoju sportskog subjekta na primjeru Nike-a		Sulejman, Izabela	
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	
Uloga proširene stvarnosti u unapređenju marketinga doživljaja u turističkoj destinaciji		Kos Kavran, Adrijana	
Održivost strateška marketinška orijentacija uspješnih poduzeća		Jerčinović, Silvije	
DEFINING LOYALTY OF LOCAL INHABITANTS TOWARDS A TOURIST DESTINATION BRAND		Jurišić, Marijana; Dlačić, Jasmina; Grbac, Bruno	
Održivost kao sastavnica marke turističke destinacije		Jurišić, Marijana	
EXPLORING RELATIONSHIP QUALITY IN THE HOSPITALITY INDUSTRY		Dlačić, Jasmina; Grbac, Bruno; Lazarić, Marin	
Zdrav životni stil - odrednica vrijednosti za potrošače na turističkom tržištu		Težak Damijanić, Ana	
Marketing dynamics: How to Create Value for Customers		Grbac, Bruno	
B2B marketing		Grbac, Bruno	
Upravljanje strateškim marketingom poslovnog subjekta na tržištu energije urbanih sredina		Radulović, Duško	
Stvaranje i razmjena vrijednosti		Grbac, Bruno	
Upravljanje marketingom u funkciji transformacije hrvatske vojske		Vrkić, Marin	
Utjecaj marketinških čimbenika na uspješnost hrvatskih poslovnih subjekata na međunarodnom tržištu		Stamenić, Sanja	
Upravljanje marketingom i kvalitetom u funkciji razvoja poslovnih sustava Republike Hrvatske		Plantić Tadić, Diana	
Analiza reklamnog diskursa		Pavlović, Liljana	
Marketinški pristup valorizacije kulturne baštine u funkciji razvoja turizma		Gredičak, Tatjana	
Marketinške paradigme: stvaranje i razmjena vrijednosti		Grbac, Bruno	
Metrika marketinga		Grbac, Bruno; Meler, Marcel	

Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje - osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja		Grbac, Bruno; Lončarić, Dina	
Utjecaj marketinga na konkurentnost poslovnih subjekata na tržištu pića u Republici Hrvatskoj		Kovač, Ivan	
Izazovi međunarodnog tržišta		Grbac, Bruno	
Kvaliteta života i strategijsko upravljanje marketingom u hrvatskome gospodarstvu		Lončarić, Dina	
Marketing trendovi		Grbac, Bruno; Dlačić, Jasmina; First, Ivana	
Načela marketinga		Grbac, Bruno	
Identitet marketinga		Grbac, Bruno	
Marketing : koncepcija, imperativ, izazov		Grbac, Bruno	
Osvajanje ciljnog tržišta		Grbac, Bruno	
Hipermedijalne metode u marketingu		Čapko, Zvonko	
Tržišne i marketing odrednice privređivanja malog i srednjeg obima		Grbac, Bruno	