

Vrijeme izvoza: 06.04.2025. 14:00:00

Repozitorij: repository.efri.uniri.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 156

Broj izvezenih zapisa: 100

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Agriculture Through Sustainability Perspectives		Katunar, Jana; Vretenar, Nenad; Jardas Antonić, Jelena; Zaninović, Vinko; Tomas Žiković, Ivana; Prudky, Ivan; Filipas, Ana Marija; Kelin, Ema; Srok, Antonija; Sokolić, Danijela; Cvečić, Igor; Katunar, Hrvoje; Grubišić, Dragana; Podrug, Doris; Briš, Martina; Kaštelan Mrak, Marija; Kaštelan, Kristina; Grgurić Čop, Nina; Tomljanović, Marko; Zaninović, Petra Adelajda; Pavlić Skender, Helga; Host, Alen; Ježić, Zoran; Hruška, Domagoj; Debelić, Borna; Mance, Davor; Dlačić, Jasmina; Rajko, Mladen; Geršić, Tomislav; Grudić Kvasić, Sanda; Težak Damijanić, Tea; Ježić, Daniela; First Komen, Ivana; Stilin, Žarko; Medvedová, Petra.; Kunda, Ivana; Pavlešić, Tomislav	
Poljoprivreda u perspektivi održivosti		Katunar, Jana; Vretenar, Nenad; Jardas Antonić, Jelena; Zaninović, Vinko; Tomas Žiković, Ivana; Prudky, Ivan; Filipas, Ana Marija; Kelin, Ema; Srok, Antonija; Sokolić, Danijela; Cvečić, Igor; Katunar, Hrvoje; Grubišić, Dragana; Podrug, Doris; Briš, Martina; Kaštelan Mrak, Marija; Kaštelan, Kristina; Grgurić Čop, Nina; Tomljanović, Marko; Zaninović, Petra Adelajda; Pavlić Skender, Helga; Host, Alen; Ježić, Zoran; Hruška, Domagoj; Debelić, Borna; Mance, Davor; Dlačić, Jasmina; Rajko, Mladen; Geršić, Tomislav; Grudić Kvasić, Sanda; Težak Damijanić, Tea; Ježić, Daniela; First Komen, Ivana; Stilin, Žarko; Medvedová, Petra.; Kunda, Ivana; Pavlešić, Tomislav	
Trendovi održivosti u razvoju i označavanju vina		First Komen, Ivana	
Utjecaj angažmana potrošača sa sadržajem vezanim uz marku na društvenim medijima na tržišnu vrijednost marke		Kondić, Lordan	
Stavovi potrošača o krivotvorenim proizvodima		Ružić, Romana	
Osobno brendiranje kao dio aktivnog upravljanja karijerom		Mikulčić, Emilija	

Kupovno ponašanje roditelja pod utjecajem djece i oglašavanja		Grgičević, Karla	
Usporedba online kupovnih navika potrošača u Hrvatskoj tijekom i nakon pandemije COVID-19		Celizić, Dorotea	
Povezanost stavova o ekološkim proizvodima i važnosti karakteristika ekoloških proizvoda s učestalosti kupnje		Medica, Adrian	
Percepcija društveno odgovornog poslovanja priređivača igara na sreću na primjeru Hrvatske lutrije		Matošić, Marta	
Usporedba utjecaja influencer marketinga i korisnički generiranog sadržaja na percepciju i ponašanje potrošača		Zuanović, Sara	
Izloženost promotivnim aktivnostima igara na sreću i njihovo korištenje		Franjković, Erik	
Kultura otkazivanja: stavovi, učešće, motivi		De Carina, Laura	
Utjecaj influencer marketinga na namjeru kupnje generacije Z		Peko-Lončar, Lea	
Važnost različitih vrijednosti marke OPG-a pri odluci o kupnji OPG-ovih proizvoda		Krpeta, Anamarija-Milena	
Marketing of craft producers: evaluation and implications for the future education		First Komen, Ivana; Mijatović, Matea	
Marketing malih poduzeća iz sektora turizma na društvenim mrežama Instagram i Facebook		Šimatović, Nino	

Utjecaj elemenata dizajna na emocionalna stanja potrošača i namjeru kupnje u web trgovini s proizvodima široke potrošnje		Sertić, Barbara	
Utjecaj informacija o marki i održivosti proizvoda na percepciju kvalitete i namjeru kupnje kušanog prehrambenog proizvoda		Ivančić, Sara	
Utjecaj rodne stereotipizacije žena u oglasima na stavove i namjeru kupnje		Markuš, Magdalena	
Čimbenici koji utječu na privlačnost poslodavca i namjeru zapošljavanja kod budućih zaposlenika		Jajčević, Petra	
Karakteristike potrošača povezane s odabirom potpuno održive trgovine		Borak, Lorena	
Faktori koji utječu na učestalost kupnje prehrambenih proizvoda privatnih marki		Matković, Vilma	
Istraživanje imidža turističke destinacije - otok Lošinj		Glavan Vlaisavljević, Hannah	
Uloga ponašanja prodavača u formiranju namjere ponovljene kupnje		Bartolović, Mateja	
Percipirana sigurnost prirodnih prehrambenih proizvoda: utjecaj različitih signala na pakiranju		Milinović, Nives; First Komen, Ivana	
ALL THAT GLITTERS IS NOT GOLD: BEYOND ONLINE HOTEL REVIEWS		First Komen, Ivana; Vujičić, Maja	
Utjecaj sponzorstva i označavanja sponzorstva na percepciju influencera i preporučenog proizvoda		Širola, Anita	

Utjecaj vrste recenzija na percipiranu sigurnost web trgovine te namjere kupnje		Sambolek, Filip	
Čimbenici od značaja za donošenje odluke potrošača o kupnji odjeće putem interneta		Bogdanović, Korina	
Brendiranje Sisačko-moslavačke županije kao poželjne destinacije za mlade obitelji		Čačić, Renato	
Prirodno tradicionalni ili tradicionalno prirodni - istraživanje koncepata prirodno i tradicionalno u marketinškim istraživanjima		First Komen, Ivana; Grgurić Čop, Nina	
Učinak regije podrijetla i regionalne oznake kvalitete na percepciju kvalitete i namjeru plaćanja prehrambenih proizvoda		Stilinović, Karla	
Interni marketing - Istraživanje zadovoljstva radom od kuće u Primorsko-goranskoj županiji		Radić, Mirko	
Namjera hrvatskih turista da odsjednu u zelenim hotelima prema proširenom TPB modelu		Vukosavljević, Aleksandra	
Percepcija potrošača o sigurnosti prirodnih prehrambenih proizvoda		Milinović, Nives	
Strahovi potrošača tijekom COVID-19 pandemije i njihov utjecaj na online i offline kupnju		Kosovac, Melanie	
Upotreba različitih oblika komunikacije u svrhu ostvarenja cilja crowdfunding projekta		Novak, Martin	
Profil potrošača organske kozmetike		Kos, Magali	

Pokretači i ishodi potrošačeva angažmana sa sportskim klubovima na društvenim mrežama	Marčinko Trkulja, Željka	
Analiza procesa repositioniranja igre na sreću Loto 6	Ocvirk, Ana	
Dvosmislenost i konflikt uloge influencera	Živković, Biljana	
Profil potrošača organskih proizvoda	Jekić, Matea Mirjam	
Utjecaj boje pri kupnji električnog automobila	Kapetanović, Lovro	
Učinak suradnje s influencerima prilikom oglašavanja putem Instagram nagradnih natječaja	Bašić, Ivona	
Prilagodba ponude fast food restorana trendovima u prehrani i odgovor potrošača	Vidačković, Josipa	
Promjena percipirane vrijednosti popularnih i luksuznih marki odjeće prilikom sniženja cijene	Muždeka Prodanović, Adriana	
Uloga dizajna pakiranja u zavaravajućem oglašavanju organskih proizvoda	Volarić, Iva	
Conscious food choices – differences between perceived benefits and willingness to pay for different product types	First Komen, Ivana; Grgurić Čop, Nina; Puškarić, Antonija	
Travel insurance online intermediary platforms: factors of influence on behavioral intention and the role of innovation adoption type	Baldigara, Valentina; First Komen, Ivana	

Utjecaj ljekarnika pri donošenju odluke o kupnji bezreceptnog proizvoda		Šare, Antonio	
Usporedba uspješnosti Google Ads oglasa na pretraživačkoj i prikazivačkoj mreži		Brusić, Bartol	
Ušteda vremena i novca korištenjem online bankarstva		Banušić, Nina	
Analiza stavova potrošača o održivoj potrošnji		Štefančić, Maja	
Analiza uslužnih djelatnosti u Republici Hrvatskoj i suvremeni marketinški trendovi u segmentu usluga		Dozet, Maja	
Motivacija korisnika za sudjelovanje u ekonomiji dijeljenja - utjecaj na zadovoljstvo i namjeru korištenja		Jurić, Andrea	
Povjerenje korisnika u uslugu e-bankarstva		Janković, Alma	
Stvaranje i razvoj osobne marke fitness influencera na društvenoj mreži Instagram		Hajdinjak, Antonia	
Usporedba percepcije poduzetničkog rizika generacije Z i Y		Olujić, Carla	
Istraživanje percepcije potrošača o lokalnoj i ekološkoj hrani		Skender, Sandra	
Motivacija mikro i malih poduzeća za doniranje udruga socijalne i humanitarne djelatnosti		Sarađen, Ivan	
Percepcija lokalnog stanovništva o ponudi turističkih destinacija u Istri		Samac, Elena	

Prihvaćanje i korištenje usluga Netflix-a		Mandić, Monika	
Održivo konzumiranje proizvoda - utjecaj medija na percepciju od strane potrošača		Kolarić, Katarina	
Povezanost obogaćivanja ponude kuća za odmor i oduševljenja gosta		Pečenković, Dolores	
Stav studenta Sveučilišta u Rijeci o imidžu Rijeke kao turističke destinacije		Badurina-Dudić, Nikolina	
Utjecaj medija na održivo ponašanje potrošača		Božičević, Mario	
Učinak sidrenja u oblikovanju ponude usluga		Šćira, Antonija	
Učinak uokvirivanja i neuromarketing: primjer AB testiranja u poduzeću Autotepisi.hr		Zornada, Patrick	
Faktori od utjecaja na imidž i reputaciju influencera		Prajz, Paola	
Faktori od utjecaja na povjerenje influenceru		Dočkal, Nikolina	
Utjecaj podudarnosti influencera i marke te bliskosti influencera i potrošača na namjeru kupnje i preporuke marke		Brajković, Josip	
Istraživanje percipirane kvalitete i zadovoljstva uslugama mobilnog bankarstva		Cvitković, Krešimir	
Povjerenje žena u mobilne aplikacije za praćenje reproduktivnog zdravlja		Barać, Sara	

Senzorni park - koristi, barijere i poticaji izgradnji u osnovnim školama		Skupnjak, Dora	
Spremnost ugovaranja putnog osiguranja online posredničkom platformom: razlike između potrošača različite sklonosti usvajanju inovacija		Baldigara, Valentina	
Utjecaj boje proizvoda na emocije i namjeru kupnje različitih vrsta proizvoda		Jakovljević, Andrea	
Utjecaj fizičkog okruženja i organizacijske kulture dentalne poliklinike na zadovoljstvo i namjeru potrošača		Tomljenović, Andrea	
Utjecaj promotivnih aktivnosti na potrošačevu namjeru doniranja organizaciji posvećenoj djeci s autizmom		Marušić, Monika	
Specifičnosti influencera na društvenim mrežama u odnosu na slavne osobe		Ivkić, Dajana	
Tko koga prati - povezanost karakteristika influencera s uključenosti njegovih pratitelja		Brkljačić, Ivana	
Utjecaj usmjerenosti pogleda subjekta u oglasu na reakciju gledatelja		Kaić, Anna	
Glazbene navike i identitet generacija Y i Z		Ćustić, Anita	
Kako influenceri utječu na namjeru o kupnji		Lilek, Manuela	



Marketing u turizmu - elementi nezaboravnog turističkog doživljaja		Gavrić, Ana	
Percepcija ponude usluge u salonima ljepote - istraživanje utjecaja boja		Kopjar, Lucija	
Usporedba utjecaja osobnih čimbenika na impulzivnu kupnju različitih kategorija proizvoda		Bortek, Ivana	
Utjecaj dizajna, osoblja i obogaćene ponude na posjećenost štanda		Marčan, Katarina	
Utjecaj mikro influencera u kampanjama		Mihaljević, Ivana	
Utjecaj tonaliteta boja pakiranja na kupnju robe široke potrošnje		Martinac, Janko	
Zdrave prehrambene navike potrošača i zeleni proizvodi		Udiljak, Marina	
Impact of brand's instagram post characteristics on user engagement		Volarić, Karlo	
Istraživanje ponude na tržištu - usporedba tradicionalnih i novih oblika maloprodaje		Kufek, Lea	
Marketinški miks na primjeru uvođenja novog proizvoda		Čiča, Iva	
Potrošačeva percepcija kvalitete i dodane vrijednosti prirodnih i tradicionalnih proizvoda		Puškarčić, Antonija	
Svijest potrošača o iskorištavanju životinja u industrijama		Trbojević, Andrea	
Uloga osviještenosti potrošača prilikom kupovine prirodne kozmetike		Posavec, Maja	
Utjecaj boja na kupovne odluke potrošača		Frankulin, Matea	

Utjecaj karakteristika YouTube influencera na percepciju njihovog kredibiliteta, potrošačevu namjeru kupnje i e-WOM		Šegulja, Vedrana	
Zadovoljstvo kupaca programima lojalnosti u drogerijama		Dabac, Marija	
Čimbenici koji utječu na odabir Erasmus destinacije i postkupovnu reakciju Erasmus studenata		Rupčić, Ivana	
Utjecaj ambalaže, dohotka i razine dostupnosti na kupnju tradicionalnih prirodnih proizvoda		Hohnjec, Marijana	
Competitive advantage of small stone producers		Benčić, Teuta	
Profil potrošača organske hrane u Sisačko-moslavačkoj županiji		Vukosavljević, Aleksandra	
Utjecaj influencer marketinga na povjerenje potrošača		Kristić, Barbara	
Važnost marke u procesu kupnje tradicionalnih i prirodnih proizvoda		Levicki, Bianka	
Spremnost na kupnju organske hrane obzirom na stavove i profil potrošača		Pandurić, Filip	
Razlozi kupovine i izbjegavanja kupovine organske hrane u Hrvatskoj		Bembić, Aurora	
Analiza učinka posjedovanja u segmentu fizičkih proizvoda i usluga		Klarić, Mia	
Problematika bacanja hrane s aspekta mladih potrošača		Šeškar, Ema	

BRANDING TRADITIONAL AND NATURAL PRODUCTS BY PROVIDING TOURIST EXPERIENCE: WHAT ARE THE EFFECTS		First Komen, Ivana; Stamenić Oštrić, Sanja	
Impulzivno trošenje dobivenog novca		Mulc, Dominik	
Istraživanje zadovoljstva i lojalnost sudionika Riječkog karnevala		Pleša, Nikolina	
Povezanost osobnih vrijednosti i etnocentrizma		Marković, Janja	
Uspješnost Google AdWords tekstualnih oglasa s obzirom na karakteristike oglasa		Sinčić, Katarina	
Utjecaj identiteta privatne marke na odnos percipirane cijene i kvalitete i preferenciju		Košara, David	
Utjecaj oglasa na tjelesno samopoštovanje i namjeru kupnje oglašavanog proizvoda		Pavlović, Elizabeta	
Važnost online marketinga u kreiranju nove marke kreativnog poduzeća		Sardelić, Loris	
Vođe mišljenja - mikro influenceri na društvenim mrežama		Androić, Lana	
Analiza i mogućnosti poboljšanja društvenih mreža u Zoološkom vrtu Zagreb		Palmić, Darko	
Uloga društvenih medija u prikupljanju informacija o Erasmus razmjeni		Benić, Magdalena	

Utjecaj boje ambalaže na odabir proizvoda visoke i niske uključenosti potrošača pri kupnji u supermarketu	Ilić, Iva	
Utjecaj objektivizacije žena u oglasima na percepciju i imidž marke kod studenata	Badurina-Dudić, Nikolina	
Utjecaj unapređenja prodaje na ponašanje potrošača prilikom kupnje	Krapljanov, Viki	
Segmentation of tourist market in Croatia	Poropat, Nikola	
Motivacija i privlačenje potrošača kroz marketinške komunikacijske aktivnosti	Fuček, Valentina	
Neetično oglašavanje na društvenim mrežama usmjereno prema adolescentima	Peloza, Petra	
Potrošački etnocentrizam	Mučić, Valnea	
Povezanost promocije na društvenim mrežama i osobne prodaje pri kupnji prirodne kozmetike	Komadina, Katarina	
Trgovačke marke i lojalnost potrošača	Novak, Martina	
Uloga upravljanja odnosima s klijentima u percepciji kvalitete usluge	Radić, Vedrana	
Čimbenici od utjecaja na potrošača pri kupnji nekretnine	Dilenardo Zamlić, Sara Maria	
Etička razmatranja korištenja piratskih verzija programa	Karamarko, Tomislav	

Utjecaj karakteristika turističke destinacije i profila potrošača na korištenje prijevoznih električnih sharing sustava		Pernuš, Karlo	
Ponašanje potrošača pripadnika Generacije Z		Ragus, Daria	
Ponašanje potrošača tijekom odlučivanja o online kupnji		Delić-Ibukić, Lea	
Utjecaj karakteristika proizvoda i promocije na imidž autohtonih proizvoda i odluku o kupnji		Perčić, Dora	
Istraživanje potreba inozemnih gostiju analizom booking.com recenzija		Gojtanić, Simona	
Određivanje specifičnosti kupovine prirodne kozmetike		Katanar, Ivana	
Povezanost očekivanja potrošača i cijene smještajnog objekta		Baždarić, Ivana	
Prilagodba marketinških agencija oglašavanju na društvenim mrežama		Keser, Tea	
Radio i društvene mreže: Radio Rijeka na Facebooku		Hajdinjak, Eva	
Relationship between internal marketing and employees' emotional intelligence		Juričić, Iva	
Utjecaj percipirane cijene i kvalitete na odluku o kupnji kod krivotvorenih proizvoda		Bajčić, Valentino	
Utjecaji na odlučivanje o kupnji ekoloških proizvoda		Babić, Marija	

Međusobno stvaranje vrijednosti za potrošače na tržištu poslovne potrošnje		Glavina, Martina	
Navike volontiranja mladih u Hrvatskoj		Primorac, Sara	
Nekonvencionalna komunikacija kulturnih ustanova		Blažević, Iva	
Pozicioniranje inovativnog proizvoda na tržištu poslovne potrošnje		Pilko Demirkiran, Kristina	
Analysing the impacts on the consumers choice of fast food restaurants: the country-of-origin effect		Mužić, Matea	
Identifikacija impulzivnog kupovnog ponašanja, uvažavajući psihološke i sociološke čimbenike		Smokvina, Kristina	
Istraživanje percepcije trgovačkih centara i povezanost sa kvalitetom života potrošača		Petrović, Marko	
Kupovina u franšiznim restoranima brze prehrane		Jurić, Zlatka	
Povezanost životnog stila potrošača i korištenja privatnih marki		Bažon, Sara	
Sponzorstvo kao dio sportskog marketinga na primjeru nogometnog kluba		Šorli, Denis	
Marketing trendovi		Grbac, Bruno; Dlačić, Jasmina; First, Ivana	