

<https://dr.nsk.hr/user/profile/mbz/226275>

Vrijeme izvoza: 25.04.2024. 03:48:55

Repozitorij: dr.nsk.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 6

Broj izvezenih zapisa: 6

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
MARKETINŠKA PERSPEKTIVA UKLJUČIVANJA PRIVATNOG SEKTORA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA PERFORMANSI INSTITUCIJA JAVNOG SEKTORA		Dobrić, Žarko	
Uloga upravljanja promjenama na inovativnost društva za tržišno komuniciranje		Rubik, Andrea	
ULOGA NEOPIPLJIVIH ČIMBENIKA PERCIPIRANE VRIJEDNOSTI U FUNKCIJI JAČANJA LOJALNOSTI FINACIJSKOJ INSTITUCIJI		Rakušić Cvrtak, Katja	
Utjecaj sadržaja na društvenim medijima nacionalnih turističkih zajednica na angažiranost potrošača i namjeru posjeta odredištu		Vidić, Gabrijela	
Socioekonomska analiza modela održivosti razvoja turizma u lokalnim zajednicama		Bakija, Vinko	
Utjecaj perifernih motivatora kao marketinških alata na posttransakcijsku lojalnost davatelja krvi		Blažević, Zrinka	