

Arhiva: 19th CROMAR Congress, 2005

XIX. Kongres CROMAR-a "Marketinške paradigme za 21. stoljeće"

Ekonomski fakultet - Zagreb
21. i 22. listopada 2005.

ZBORNİK RADOVA

[Nove marketinške strategije](#)
[Upravljanje marketingom odnosa](#)
[Izazovi upravljanja markom](#)
[Potroša? kao ishodište marketinške strategije](#)
[Integrirana marketinška komunikacija](#)
[Novi trendovi u marketinškoj komunikaciji](#)
[Marketinška logistika](#)
[Posebna područja primjene marketinga](#)

Nove marketinške strategije

[NOVE MARKETINŠKE PARADIGME](#)

Prof. dr. sc. Tanja Kesi?

[UTJECAJ TRŽIŠTA I PROCESA GLOBALIZACIJE NA RAZVOJ HRVATSKE I NJEN IMIDŽ](#)

Dr. sc. Fedor Rocco, prof. emeritus, mr. sc. Sanja Rocco

[CILJNA REGULACIJA SUPROSTAVLJENIH INTERESA U MARKETINGU](#)

Prof. dr. sc. Tihomir Radi?

[TRŽIŠNA ORIJENTACIJA I IZVOZNE PERFORMANSE HRVATSKIH IZVOZNIKA](#)

Prof. dr. sc. Mirna Leko – Šimi?, prof. dr. sc. Jasna Horvat

[ANALIZA DIREKTNIH STRANIH ULAGANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ](#)

Zoran Krupka, dipl. oec.

[MARKETINŠKE STRATEGIJE ZA POSTIZANJE KONKURENTSKIH PREDNOSTI U MALOM GOSPODARSTVU](#)

Ivona Šusti?, dipl. oec., mr. sc. Anita Krolo Crvelin

| [Na vrh](#) |

Upravljanje marketingom odnosa

[EVOLUCIJA ODNOSA S POTROŠA?IMA](#)

Prof. dr. sc. Marcel Meler

[MARKETINŠKA ONLINE ISTRAŽIVANJA USLUGA ELEKTRONI?KOG POSLOVANJA I CRM](#)

Prof. dr. sc. Ivan Šverko

[VAŽNOST UPRAVLJANJA ZNANJEM ZA PROAKTIVNI MARKETING NA POSLOVNIM TRŽIŠTIMA](#)

Dr. sc. Dubravka Sin?i?

[PRILIKE I IZAZOVI UPRAVLJANJA KLJU?NIM KUPCIMA U FINACIJSKOM SEKTORU](#)

Prof. dr. sc. Marija Tomaševi? Lišanin, prof. dr. sc. Ivan Lovrinovi?, mr. sc. Mirko Pali?

[PROMJENA STRATEŠKOG FOKUSA U MARKETINGU – RAZVOJ RELATIONSHIP MARKETING PARADIGME](#)

Mr. sc. Matilda Doroti?

| [Na vrh](#) |

Izazovi upravljanja markom

[MARKE USLUGA OSIGURANJA NA HRVATSKOM TRŽIŠTU](#)

Prof. dr. sc. ?ur?ana Ozreti? Došen

[MARKA KAO ELEMENT OPSTANKA NA TRŽIŠTU](#)

Prof. dr. sc. Tihomir Vraneševi?, Miroslav Mandi?, dipl. oec.

[UTJE?E LI POTROŠA?EV DOŽIVLJAJ SERVISNA NA ODABIR MARKE? PRIMJER VAILLANT GmbH](#)

Doc. dr. sc. Marina Dabi?

[AFFINITY I CO-BRAND KARTI?NI PROIZVODI U SVIJETU SA OSVRTOM NA POSTOJE?U SITUACIJU I MOGU?NOST RAZVOJA OVOG SEGMENTA KARTI?NOG TRŽIŠTA U HRVATSKOJ](#)

Mr. sc. Ivana Šu?ur

[PROJECT SLOG: RAZVOJ HRVATSKE MARKE U SEKTORU NAMJEŠTAJA I OSTALIH PROIZVODA ZA URE?ENJE INTERIJERA](#)

Petra Škevin, dipl. ing. arh., Larissa Jurman, dipl. komunikolog

| [Na vrh](#) |

Potroša? kao ishodište marketinške strategije

[UTJECAJ CIJENE NA PONAŠANJE POTROŠA?A U PROCESU ODLU?IVANJA O KUPOVINI KAO KRITERIJ U SEGMENTACIJI TRŽIŠTA](#)

Mr. sc. Sun?ana Piri Rajh

[DJECA KAO POTROŠA?I ZABAVE PUTEM ELEKTRONI?KIH MEDIJA I NASILJE](#)

Doc. dr. sc. Ariana Nefat

[DJECA KAO RASTU?I TRŽIŠNI SEGMENT](#)

Mr. sc. Elvira Mlivi?

[PERSPEKTIVA KUPACA U MODELU BALANCED SCORECARD \(BSC\)](#)

Mislava Meter Pavi?, dipl.oec.

[ZAŠTITA TRŽIŠNOG NATJECANJA U BANKARSKOM SEKTORU U FUNKCIJI ZAŠTITE POTROŠA?A](#)

Roman Šubi?, dipl. oec.

| [Na vrh](#) |

Integrirana marketinška komunikacija

[POVEZANOST MEDIJSKE POKRIVENOSTI I PERCEPCIJE ME?UDRŽAVNIH ODNOSA; MOŽE LI KOORIJENTACIJSKA TEORIJA POMO?I PRI RJEŠAVANJU KOMUNIKACIJSKIH PROBLEMA?](#)

Doc. dr. sc. Ana Tkalac Ver?i?

[INTEGRIRANA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA – PRAKSA KOMPANIJE ERICSSON NIKOLA TESLA](#)

Snježana Bahtijari, dipl. politolog

[KORPORACIJSKE KOMUNIKACIJE: ULOGA, ZNAČAJ I UTJECAJ NA IMIDŽ PODUZEĆA](#)

Mr. sc. Valentina Pirić

[EKOLOŠKI SIMBOLI NA AMBALAŽI KAO MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA](#)

Mr. sc. Božena Krce Miočević, Ljiljana Zekanović, Korona, prof.

[ULOGA INTEGRIRANE MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE U LICENCNIM SURADNJAMA
AUDIOVIZUALNE INDUSTRIJE](#)

Silvija Manestar, dipl.oec.

[ULOGA MEDIJA U ZAŠTITI OKOLIŠA](#)

Doc. dr. sc. Marija Bušelić, doc. dr. sc. Danijela Križman Pavlović

| [Na vrh](#) |

Novi trendovi u marketinškoj komunikaciji

[WEB SITE BOSANSKO-HERCEGOVAČKIH KOMPANIJA: INOVATIVNE MARKETING
STRATEGIJE ILI CYBERBROCHURES](#)

Prof. dr. sc. Muris Čerović, doc. dr. sc. Nenad Brkić, Dino Selimović

[e-MARKETING U HRVATSKOJ-STANJE I TRENDOVI](#)

Prof. dr. sc. Drago Ružić, prof. dr. sc. Mane Medić, Berislav Andrić, dipl. oec.

[PRIMJENA INTERNETSKOG MARKETINGA KOD IZDAVAČA DNEVNIH NOVINA](#)

Vatroslav Škare, dipl. oec.

[INTERAKTIVNA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA: PREGLED LITERATURE](#)

Goran Vlašić, dipl. oec.

[KRIZA OGLAŠAVANJA](#)

Damir Ciglar, dipl. ing.

[ODNOSI S JAVNOŠ?U I KRIZNO KOMUNICIRANJE](#)

Mr. sc. Kornela Bilopavlovi?

| [Na vrh](#) |

Marketinška logistika

[TRGOVINA U DRUŠTVENO-GOSPODARSKOM RAZVOJU HRVATSKE](#)

Prof dr. sc. Zdenko Segetlija

[UPRAVLJANJE PODRU?JIMA ZA POTREBE PRODAJE](#)

Prof. dr. sc. Zoran Franji?

[STANJE I PERSPEKTIVA RAZVOJA MALOPRODAJE U REPUBLICI HRVATSKOJ U SVIJETLU
PRIPREMA ZA ULAZAK U EUROPSKU UNIJU](#)

Mr. sc. Ivan Vukeli?

| [Na vrh](#) |

Posebna podru?ja primjene marketinga

[TURISTI?KI SUVENIR GRADA ZAGREBA](#)

Prof. dr. sc. Darko Prebežac, Josip Mikuli?, dipl. oec.

[POSEBNOSTI MARKETINŠKOG KONCEPTA I "ODGOJNA" FUNKCIJA MARKETINGA U
UMJETNOSTI, S POSEBNIM NAGLASKOM NA HNK SPLIT](#)

Zoran Mihanovi?, dipl. oec.

[ULOGA KONTAKT CENTRA U INDUSTRIJI OSIGURANJA U HRVATSKOJ](#)

Doc. dr. sc. Ksenija Klasi?

[JUST DO IT!- ILI SLOGANI KAO JEZI?NI POTICAJ U NASTAVI POSLOVNOG ENGLESKOG JEZIKA](#)

Vera Krnajski Hršak, M.A., Nina Liszt, prof., mr. sc. Danka Singer

| [Na vrh](#) |