

Conceptualization of experience marketing and country branding from a marketing management perspective =
Elamusturunduse ja riigi brändimise kontseptualiseerimine turunduse juhtimise vaatenurgast
Same, Siiri 2015 https://www.ester.ee/record=b4463376*est

Consumer's journey as ambassador of brand experiences = Tarbija teekond brändielamuste saadikuna
Riivits-Arkonsuo, Iivi 2015 https://www.ester.ee/record=b4524165*est

Customer orientation at a higher educational institution: the perspective of undergraduate business students in Estonia
= Kliendiorientatsioon Eestis kõrghariduses äriala haridust omandavate bakalaureusetudengite vaatenurgast
Koris, Riina 2014 https://www.ester.ee/record=b4412647*est

Ethics audit : a management tool for assessing of corporate social responsibility and preventing ethical risks =
Eetikaaudit kui ettevõtete sotsiaalse vastutustundlikkuse hindamise ja eetiliste riskide ennetamise vahend
Rihma, Merle 2014 https://www.ester.ee/record=b4440704*est

Value creation in knowledge-intensive business services = Väärtuse loomine teadmispõhistes äriteenustes
Kukk, Jana 2016 http://www.ester.ee/record=b4640505*est