

Vrijeme izvoza: 16.06.2025. 16:07:55

Repozitorij: repozitorij.ds.unios.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 264

Broj izvezenih zapisa: 100

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Virtualni influenceri - percepcija korisnika društvenih mreža		Anđelić, Vedrana	
Javnost rada kreditnih financijskih institucija		Miše, Kristina	
Politička komunikacija Silvia Berlusconi na Tik Toku		Raić, Lana	
Politička participacija mladih kroz digitalni aktivizam - studija slučaja "Petkom za budućnost"		Tokić, Tea	
Političke ideologije u trilogiji "Vitez tame"		Marić, Ivan	
Analiza rodni uloga na primjeru YouTube videa za mlade kreatora JoomBoos		Kovačić, Maja	
Međuovisnost društvene odgovornosti i percepcije globalnih brendova među potrošačima u Hrvatskoj		Burazin, Lara	
Nekonvencionalni marketing u filmskoj i glazbenoj industriji		Ježek, Leo	
Osobno brendiranje na primjeru Zlatka Dalića		Lubina, Marija	
Osobno brendiranje u glazbenoj industriji - studija slučaja Taylor Swift		Crnobrnja, Stella	
Personalizacija političke komunikacije na društvenim mrežama: parlamentarni izbori 2024. u Hrvatskoj		Pandžić, Petar	
Upravljanje imidžom proizvodnih brendova u skladu s kulturom otkazivanja		Gracin, Lovre	
Odnosi s javnošću HNK Hajduk Split		Tičak, Domagoj	
Javni nastupi kao alat odnosa s javnošću		Hegedušić, Hana	

Utjecaj vrhunskih sportaša na promociju Republike Hrvatske		Ižaković, Dorotea	
Odnosi s javnošću Hrvatskog nogometnog saveza		Činć, Borna	
Brendiranje Hrvatske kroz sport na primjeru hrvatske nogometne reprezentacije		Haklička, Ida	
Brendiranje Zagreba kao održive kontinentalne turističke destinacije		Majdić, Tinea	
Brendiranje tradicionalnih hrvatskih prehrambenih proizvoda		Vidaković, Ivana	
Promocija turističkih destinacija na Instagram profilu Kristijana Iličića		Hajduk, Tina	
Uloga blerizma i Brexita na brendiranje Velike Britanije		Kadoić, Anja	
Uloga filma u promociji Hrvatske kao turističke destinacije od 1990-ih		Ibrulj, Emili	
Uloga influencera u odnosima s javnošću		Sporiš, Pia	
Informacijske operacije Sjedinjenih Američkih Država		Rašić, Matilda	
Uloga medija i propagande u oružanim sukobima- studija slučaja Bitka za Vukovar		Rubčić, Alen	
Brend poslodavca kao temelj privlačnosti među generacijom Z		Poljanec, Dora	
Obilježja prostora prilikom organizacije događanja u industriji zabave		Žažar Sedlar, Daria	
Brendiranje grada Zadra kao turističke destinacije		Latinčić, Petar	
UTJECAJ INTERNE KOMUNIKACIJE NA ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIKA JAVNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ		Poljak, Josip	
Mogućnosti i načini brendiranja Kube kao turističke destinacije u Hrvatskoj		Samodol, Antonia	
Osobni brend - studija slučaja Maje Šuput		Škabić, Luka	
Persuazivna komunikacija u funkciji brend aktivizma na primjeru Nikea		Belec, Sara	

Krizna komunikacija Vlade Republike Hrvatske vezane uz aferu Agrokor - studija slučaja (travanj 2017.-srpanj 2018.)	Anita, Culifaj	
Etičnost odnosa s javnošću - percepcija hrvatskih građana	Zrilić, Dario	
Osobno brendiranje u glazbenoj industriji na primjeru Olivera Dragojevića	Vojvodić, Matija	
Uloga influensera katolika u kreiranju imidža Crkve u Hrvatskoj	Krapić, Nina	
Brendiranje grada Šibenika kroz četiri tvrđave	Samodol, Ana	
Korištenje umjetne inteligencije u odnosima s javnošću u Hrvatskoj	Rukavina, Ana	
Kraljica Elizabeta II. kao brend	Šarčević, Azra	
Product placement u serijama američke, korejske i hrvatske produkcije	Vukelić, Ivana	
Brendiranje sjevernog Zagorja kao turističke destinacije: slučaj Lobora	Kostanjevečki, Nikol	
Upravljanje čokoladnim brendovima Kraš i Zvečevo	Radić, Magdalena	
Komunikacija predsjednika Volodomira Zelenskog na društvenim mrežama za vrijeme rata u Ukrajini	Karačić, Ana	
Mobilizirajući učinak društvenih mreža u #FreeBritney pokretu	Kristić, Paula	
Novi imidž radija pod utjecajem Instagrama i Tik Toka: primjer Narodnog, Otvorenog, Antene Zagreb i Radija Dalmacije	Dragičević, Mihaela	
Svekanalna komunikacija u IT industriji: Studija slučaja tvrtke Croz	Bošnjaković, Terezija	
Uloga društvenih mreža u brendiranju Istre kao turističke destinacije	Honović, Petra	
Uloga društvenih mreža u održavanju partnerskih odnosa na daljinu	Jukić, Zdravka	
Instagram kao alat u kreiranju osobnog identiteta i brenda	Dujmić, Tea	
Vojna propaganda na primjeru Rusije	Kovačević, Tea	
Imidž Pule kao turističke destinacije i stvaranje turističkog brend	Stojić, Alen	
Odnosi s javnošću u sportu na primjeru Formule 1	Jurković, Anamaria	

Strategije i taktike odnosa s javnošću u poslovanju drogerija - slučaj DM Hrvatska		Gašpert, Lucija	
Hrvatska radiotelevizija (HRT) kao brend		Stipić Miočić, Marijeta	
Odnos pripadnika generacije Z prema brendovima		Čmarec, Ana	
Produkcija dokumentarnog filma "Generacije izolacije"		Marčec, Lucija	
ULOGA MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE U KUPNJI BEZRECEPTNIH LIJEKOVA		Mlivočič, Sanja	
Utvrđivanje identiteta Vukovarsko-srijemske županije za brendiranje kao turističke destinacije		Pinjuh, Sandra	
Percepcija lifestyle novinarstva u području tema održivog razvoja društva		Čulo, Ivona	
Razvoj Hrvatske udruge za odnose s javnošću od osnutka do danas		Prpić, Iva	
Korporativno komuniciranje trgovačkih lanaca u Hrvatskoj - Konzum, Lidl i Spar		Stanić, Matea	
Mjerenje imidža i vrijednosti brenda zemlje na primjeru Hrvatske		Hunjet, Izidor	
Mogućnosti brendiranja Hrvatske kroz gastronomiju		Stipčić, Bruno	
Mogućnosti brendiranja malih mjesta na jadranskoj obali		Leško, Dina	
Strateško komuniciranje Koncertne dvorane "Vatroslav Lisinski" prema mladima		Jelavić, Nika	
Upravljanje osobnim brendom na primjeru Britney Spears		Petrović, Paula	
Upravljanje proizvodnim brendovima: korporativni vs. personalizirani brendovi		Gubić, Dorotea	
Veganstvo kao brend - studija slučaja celebrity vegana		Sliško, Gabriela	
Brendiranje države kroz komunikaciju na službenim profilima političara: primjer Republike Hrvatske		Tušek, Valentina	
Kako su online platforme promijenile glazbenu industriju		Tomljenović, Nera	
Komunikacijska inovacija na društvenim mrežama: studija slučaja Elona Muska i Tesle		Bratić, Ana	

Medijske navike i korištenje pametnih mobilnih uređaja: Individualizacija medijske prehrane		Boko, Antea	
Promocija i marketing na e-sportskim natjecanjima: Primjer video igre League of Legends		Pepelko Farszky, Izabela	
Strateška komunikacija luksuznih brendova na društvenim medijima		Domančić, Lana	
Upravljanje COVID-19 krizom - komparativna analiza Hrvatske, Srbije i Švedske		Ćuić, Bruna	
Manipulativni odnosi s javnošću Sjedinjenih Američkih država prema inozemstvu nakon 2001. godine		Novački, Viktorija	
Strategije brendiranja vojnog poziva		Španić, Stefan	
Imidž novinara i novinarske profesije u hrvatskoj javnosti		Mandić, Doris	
Kreiranje novih proizvodnih brendova u hrvatskoj prehrambenoj industriji		Martinić, Ana	
Povjerenje u utjecajnike kao izvore informacija o proizvodima i uslugama među mladima		Ropret, Lucija	
Uloga roditelja u razotkrivanju privatnosti maloljetne djece		Polzer, Patricia	
Upravljanje komunikacijom hrvatskih kozmetičkih brendova na društvenim mrežama		Poljanec, Dora	
Jaz u znanju i korištenje medija u pandemijskim valovima COVID-19 u Hrvatskoj		Skalak, Tomislav	
Online turistička komunikacija u doba pandemije Covid-19 na primjeru Hrvatske, Španjolske i Grčke		Vugrinec, Helena	
Upravljanje komunikacijom Formule 1 na društvenim mrežama nakon Bernieja Ecclestonea		Jelušić, Matea Elena	
Uloga digitalnih alata u održavanju poslovne komunikacije za vrijeme koronakrize		Puljić, Josipa	
Važnost komunikacijskih vještina veterinaru u odnosu s korisnicima		Pavičić, Vesna	

Povjerenje u komunikacijske kanale i izborna preferencija birača u Republici Hrvatskoj		Sedak, Kristijan	
Krizni komunikacijski menadžment na primjeru zagrebačkih visokih učilišta		Fumić, Maja	
KRIZNA KOMUNIKACIJA STOŽERA CIVILNE ZAŠTITE REPUBLIKE HRVATSKE USLIJED PANDEMIJSKE KRIZE COVID-19 NA FACEBOOKU I TWITTERU		Mezdjić, Petra	
Brendiranje sajмова knjiga na primjerima Interlibera i Sajma knjige u Istri		Bilandžija, Marina	
ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE U KREIRANJU KONKURENTNOG IDENTITETA DRŽAVE – KRALJEVINA DANSKA		Gašparović, Damir	
Analiza slučajeva rebrendiranja tvrtki na hrvatskom tržištu		Radusin, Lana	
Brendiranje destinacije na primjeru otoka Hvara: koncept meke moći		Kezić, Doris	
Komunikacija Pape Franje za vrijeme pandemije COVID-19 na Twitteru		Čotić, Maša Marija	
Krizno komuniciranje Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske za vrijeme pandemije COVID-19		Štrbac, Anja	
Mogućnosti i načini brendiranja Grada Šibenika		Rak, Tea	
Osoba kao brend - primjer princeze Diane		Zaninović, Marinela	
Osobno brendiranje u modnoj industriji na primjeru Chiare Ferragni		Jeremić, Dora	
Razvoj trenda održive prirodne kozmetike: utjecaj implementacije zelene marketinške strategije na imidž brenda		Salopek, Josipa	
Uloga event menadžmenta u industriji zabave na primjeru dodjele filmskih Oskara i humanitarnog bala Met Gale		Kurelović, Sara	
Uloga odnosa s javnošću u promicanju održivog turizma na Jadranu		Jakovina, Helena	
Njemačka propaganda uoči i tijekom Drugog svjetskog rata te usporedba sa suvremenim propagandnim trendovima		Vuković, Domagoj	

Brendiranje Hrvatske kroz Svjetsko nogometno prvenstvo 2018. godine		Biljan, Lana	
Krizno komuniciranje Konzuma u vrijeme pandemije COVID-19		Braer, Maria	
Osobno brendiranje u sportu: studija slučaja Cristiana Ronalda		Marić, Tomislav	
Tenisači kao brendovi na primjeru Rogera Federera i Novaka Đokovića		Čuturić, Paula	
Uloga i učinak 'hejtanja' na društvenim mrežama		Jeličić, Ivona	
Uloga prvih dama u kreiranju imidža predsjednika		Raguž, Veronika	
SJEDINJENE AMERIČKE DRŽAVE: KOLIJEVKA MODERNIH ODNOSA S JAVNOŠĆU		Žužić, Krešimira	
Uloga filma u promociji Dubrovnika kao turističke destinacije		Habunek, Anamaria	
Uloga imidža poslodavca kod zapošljavanja i odabira poslodavca		Martinović, Paula Helena	
Brendiranje gradova kroz pripovijedanje priča na primjeru grada Zagreba i njegovih legendi		Rajilić, Brunela Marija	
Stvaranje i ustroj službe diplomatskog protokola u Republici Hrvatskoj od osamostaljenja do danas		Jakšić, Josipa	
Brendiranje Hrvatskog zagorja kao turističke destinacije		Žunec, Viktorija	
Brendiranje grada Vrbovca		Mlinarić, Paulina	
Društveno odgovorno poslovanje na primjeru Jadranskog naftovoda		Kolec, Tihana	
Komunikacija brendova visoke mode na Instagramu		Cota, Iva	
Moda kao sredstvo promocije destinacija		Ljubičić, Leona	
Organizacija događaja u informatičkoj industriji		Magdić, Ivona	
Uloga gastronomije u brendiranju Istre		Klarić, Anna	
Brendiranje malih vinarija na poluotoku Pelješcu		Mrgudić, Lucija	
Korporativno komuniciranje u duhanskoj industriji na primjeru tvrtke Philip Morris		Gavrić, Felicia	

Kulturno-povijesna baština kao nositelj identiteta destinacije - primjer općine Nuštar		Periša, Hrvoje	
Vinski brend u funkciji promocije i razvoja Istre kao turističke destinacije - na primjeru istarskih vinarija		Šola Vujčić, Tena	
Identitet Međimurske županije i mogućnosti brendiranja kao turističke destinacije		Lovrek, Lara	
Društveni mediji kao alat terorističkih organizacija		Smakus, Veronika	
Ratna propaganda u Domovinskom ratu od 1991. do 1996. godine		Ćatić, Kristijan	
Kreiranje brenda maslinovog ulja otoka Šipana		Boroje, Nikoleta	
Parfemi Nusha i Mattan: kako stvoriti vlastiti brend?		Žužul, Nikolina	
Korejski val kao instrument meke moći Južne Koreje u vanjskoj politici		Božić, Antonio	
KOMPARATIVNA ANALIZA KOMUNIKACIJE I ODNOSA S JAVNOŠĆU ETNOGRAFSKOG MUZEJA I ANSAMBLA LADO		Dabo, Krešimir	
Digitalni odnosi s javnošću i oglašavanje u razvoju brenda		Ilić, Darija	
Uloga sporta u brendiranju i promociji države: primjer Republike Hrvatske		Hlača, Ana	
Analiza online komunikacije Hrvatskog rukometnog saveza		Budi, Tin	
Promocija putem društvenih medija na primjeru poznatih svjetskih glazbenih festivala		Obradović, Dijana	
Specijalizirano izvještavanje na primjeru odbojke u sportskim rubrikama Večernji list i Jutarnji list za 2017. godinu		Šegvić, Vesela	
Što generacije X, Y i Z objavljuju na društvenim mrežama: analiza sadržaja objava na Facebooku i Instagramu		Škof, Mirta	
Alati odnosa s javnošću u promociji glazbenika i glazbenih događaja u Hrvatskoj		Trbuščić, Martina	
Odnosi s javnošću u luksuznom hotelijerstvu		Ivaniš, Ines	
Odnosi s javnošću zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj		Duljaj, Ema	

Osobno brendiranje - studija slučaja Michelle Obame		Sirovica, Sara	
Povjerenje studenata novinarstva i komunikologije u Facebook nakon krize s Cambridge Analyticom		Škarika, Štefica	
Uloga festivalskog turizma u brendiranju grada Splita		Bosančić, Mislav	
Upotreba novih tehnologija u organizaciji glazbenih festivala		Keškić, Matea	
Coca-Cola kao brend: oglašivačke strategije u 21. stoljeću		Glatki, Silvija	
Kreiranje i upravljanje modnim brendovima		Lulić, Niko	
Maraton lađa - uloga medija u brendiranju manifestacije		Medak, Zrinka	
Mogućnosti i načini brendiranja Nacionalnog parka Una		Čurić, Anja	
Odnosi s javnošću filmskih festivala u Hrvatskoj		Dorokazi, Mirela	
Povezanost vizualnog identiteta hrvatskih brendova čokolade i udjela na tržištu		Švraka, Senka	
Sportski klubovi kao brendovi na primjeru Real Madrida		Vidić, Vlatka	
Utjecaj igranog filma u brendiranju Republike Hrvatske		Nakić, Martina	
Karakteristike opreme novinskih priloga u izvještavanju o zdravlju na primjeru Jutarnjeg lista, Večernjeg lista i 24sata u 2018. godini		Pavić, Ivan	
Modeli roditeljskog posredovanja u medijskom odgoju djece: iskustva i stavovi roditelja od 1. do 4. razreda osnovne škole		Kovačević, Ivana	
Transformacija digitalnog oglašavanja dnevnih novina; studija slučaja: 24sata		Gilja, Patricia	
Uloga društvenih mreža kao izvora informacija u suvremenom konceptu proizvodnje vijesti		Miklaužić, Jožica	
Upravljanje identitetom i imidžem Hrvatske kao preduvjet gospodarskog razvoja		Negovetić, Luka	
Uloga inovativnosti u kreiranju imidža Hrvatske		Vukšić, Doris	

Utjecaj društvenih mreža kao izvora vijesti na središnji informativni program javne i komercijalnih televizija (HRT, Nova TV i RTL)		Šošić, Dajana	
Diskurs oglašivačke kampanje igranog filma "Deadpool"		Levojević, Dean	
Hrvatski food blogeri 2019. godine		Kovačić, Damira	
Komunikacija na Facebooku religijskih zajednica Sufi Centre Rabbaniyya i Hillsong Church Germany		Boca, Ivona	
Narativna analiza publicističkih tekstova u 24sata o nestalima u Domovinskom ratu 2016. i 2017. godine		Dobranić, Anja	
Odnosi s javnošću u rukometnim klubovima u Hrvatskoj		Dežić, Ivana	
Stil pisanja kolumni Borisa Dežulovića na portalnovosti.com 2018.		Bregović, Tamara	
Strategija širenja brendova na primjeru Disneya, Facebooka i Virgina		Remenar, Denis	
Imidž Hrvatske u europskim online medijima 2017.		Pavić, Ines	
Medijska reprezentacija kućnih ljubimaca na portalima jutarnji.hr, vecernji.hr i 24sat.hr		Flegar, Ivana	
Reprezentacija djece s Downovim sindromom u medijima: longitudinalna analiza 2010.-2015.		Beštak, Ana	
Reprezentacija populizma u hrvatskim medijima: tekstualna analiza web portala vecernji.hr, novilist.hr, lupiga.com i direktno.hr		Humski, Vedrana	
Uloga food-festivala u brendiranju grada Zagreba		Zidić, Lucija	
Utjecaj i moć Vatikanske diplomacije		Bekavac, Katarina	
Brendiranje otoka Paga kao turističke destinacije		Stanec, Rea	
Uloga emocija u brendiranju		Todorić, Nicole	
Komunikacijske politike u brendiranju grada: odnos identiteta i imidža Dubrovnika kao turističkog odredišta		Marković, Maris	
Analiza sadržaja online komunikacije populističkih stranaka u Ujedinjenom Kraljevstvu, Italiji i Hrvatskoj		Milković, Kristian	

Biti influencer u Hrvatskoj: samoostvarenje i profit kroz YouTube kanal		Rosandić, Veronika	
Cyberfeminizam i digitalni aktivizam: studija slučaja pokreta #Metoo		Ernečić, Vlatka	
Influenseri na društvenim medijima u Hrvatskoj		Ivanković, Ivona	
Kako komuniciraju adolescenti: analiza komunikacijskih navika		Barešić, Dolores	
Konvergenjsko novinarstvo u Hrvatskoj: studija slučaja "24 sata"		Zagorac, Nikol	
Medijske navike i privlačnost streamera: studija slučaja Hrvatska		Tisanić, Martin	
Usporedba online komunikacije uspješnih turističkih zajednica u Hrvatskoj: studija slučaja TZ Dubrovnika i TZ Poreča		Mršić, Patricia	
"Ja sam Zlatan" - Zlatan Ibrahimović kao brend		Margetić, Simona	
Američka predsjednička kampanja 2016. u hrvatskim dnevnim novinama		Jerković Bjelajac, Terezija	
Etičnost novinarskih sadržaja u crnoj kronici na portalima jutarnji.hr i večernji.hr		Pejković, Davor	
Medijske preferencije studenata novinarstva Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu		Kujek, Doris	
Mogućnosti brendiranja Dalmatinske zagore		Udiljak, Gabrijela	
Nastanak kazališne predstave "Šest likova traži autora"		Hrvaćanin, Tim	
Osobno brendiranje vrhunskih kuhara u Hrvatskoj		Sedlanić, Petra	
Razvoj blogerske scene u Hrvatskoj		Kapović, Lara	
Strateško komuniciranje banaka na primjeru UniCredit i Erste banke u Hrvatskoj		Azapović, Ines	
Imidž Bosne i Hercegovine na švicarskim, njemačkim i austrijskim internetskim portalima		Vincetić, Katica	
Identitet, imidž i promocija Irske iz perspektive hrvatskih useljenika		Kostić, Tatjana	
Brendiranje grada Jastrebarskog kao gospodarskog subjekta		Bene, Ivona	
Brendiranje grada Samobora - studija slučaja		Kovačić, Ana	

Hercegovina kao turistički brend		Bartulić, Josip	
Komunikacijske strategije profesionalnih košarkaških klubova: slučaj KK Cibone		Mujačić, Matej	
Odnosi s javnošću i native oglašavanje: sličnosti i razlike		Tomljanović, Maria	
Percepcija Europske unije u Republici Hrvatskoj tijekom prve godine članstva (srpanj 2013. – srpanj 2014.)		Gluvačević, Dejan	
Sveučilišni programi razmjene studenata kao alat javne diplomacije		Đerić, Elena	
Razvoj korporativnog identiteta kroz društveno odgovorno poslovanje - slučaj Google		Šuka, Nemanja	
Brendiranje Sveučilišta u Mostaru na temelju percepcije studenata		Mamić, Petra	
Brendiranje otočnih destinacija na Mediteranu: slučaj otoka Raba		Sušić Načeta, Sara	
Istraživanje imidža Osječko-baranjske županije i mogućnost njegova razvoja		Ravlić, Doris	
Online i "offline" imidž Studentskog centra u Zagrebu: sličnosti i razlike		Crnčević, Anela	
Analiza medijskog diskursa o islamu na primjeru news portala u Hrvatskoj		Ščavničar, Ivan	
Brendiranje slavonsko-srijemsko-baranjskih vina - analiza pokušaja i mogućnosti		Cindrić, Iva	
Fenomen osobnog brendiranja: studija slučaja Justina Trudeaua		Herman, Iris	
Javna diplomacija Kraljevine Švedske: analiza komuniciranja u Hrvatskoj		Selihar, Bernarda	
Način mjerenja vrijednosti brenda države - komparativna analiza vodećih indeksa		Alimanović, Anita	
New York kao brend		Horvat, Lana	
Uloga odnosa s javnošću u luksuznim hotelima na primjeru Adriatic Luxury Hotels		Katić, Vid	

Uloga organizacijske kulture u korporativnom komuniciranju na primjeru tvrtki Lush, Bio&Bio i Uber		Rus, Corrina	
Podudarnost online imidža HRT-a s mišljenjima građana		Čičak, Zorana	
Elementi celebrity politike u političkoj komunikaciji Josipa Broza Tita		Bračko, Paula	
Homofobija i seksizam u televizijskoj seriji "Empire"		Božić, Leon	
Mogućnosti i načini brendiranja otoka Mljeta		Drač, Inja	
Uloga sportaša u parlamentarnim izbornim kampanjama u Hrvatskoj od 2000. do 2015. godine		Bagarić, Jelena	
Percepcija plasmana proizvoda u programima lagane zabave u srednjoškolskoj populaciji		Samaržija, Ana	
Portretiranje izbjeglica i migranata u središnjim informativnim emisijama HTV-a, Nove TV i RTL-a		Mešanović, Ernada	
Prikaz izbjeglica i migranata na fotografijama u Jutarnjem listu, Večernjem listu, Globusu i Nacionalu		Lakoš, Lucija	
Uloga naslova u tiskovinama i digitalnim medijima na primjeru Jutarnjeg lista		Bertek, Daria	
Uloga odnosa s javnošću u promociji turističke destinacije na primjeru Primoštena		Huljev, Anamaria	
Međuodnos argumentacije, konceptualnih metafora i neverbalne komunikacije u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara		Borčić, Nikolina	
Uloga ravnatelja u stvaranju imidža osnovne škole na primjeru Republike Hrvatske i Republike Makedonije		Stanić, Ivana	
Važnost i uloga komunikacije u srednjim i velikim organizacijama tijekom procesa upravljanja promjenama		Škarica, Jadranka	
Koncept zemlje podrijetla i uloga imidža država u plasiranju proizvoda na inozemna tržišta		Orač Vuković, Martina	
Neprofitni FM radio u Republici Hrvatskoj		Čeč, Lucija	
Odnosi s javnošću u nevladinim i neprofitnim organizacijama		Isailović, Pavle	

Prepoznavanja važnosti koncepta zemlje podrijetla kod hrvatskih potrošača		Baričević, Nela	
Brendiranje Istre kao regije autohtonih vinskih sorta - primjer udruge Vinistra		Gržetić, Annamaria	
Preduvjeti implementacije društveno odgovornog poslovanja u hrvatskim malim poduzećima		Juričević, Ana	
Izveštavanje o djeci izbjeglicama u hrvatskim dnevnim novinama 2015. godine		Soko, Martina	
Uloga samosvijesti i nacionalnog ponosa u brendiranju države na primjeru projekta "Ponos domovine"		Delač, Morana	
Uloga odnosa s javnošću pri organizacijskoj promjeni u tekstilno-odjevnoj i kožarsko-obučarskoj industriji		Žaja, Katarina	
Načini mjerenja učinkovitosti programa odnosa s javnošću u hrvatskom korporativnom sektoru		Starčić, Ema	
Populizam Živog zida: analiza retorike Ivana Vilibora Sinčića		Čačija, Petra	
Uloga djece političara u kreiranju njihove celebrity persone: studija slučaja Sashe i Malie Obame		Dretar, Dijana	
Diskurzivno mapiranje društvenih problema u francuskoj kinematografiji Novog vala		Gadža, Lucija	
Jezik "Valova" Virginije Wolf iz vizure pijažeovske teorije kognitivnog razvoja: Analiza verbalne gradacije struje svijesti		Belošević, Ivana	
Krizno komuniciranje Hrvatskih željeznica		Banovec, Brigita	
Krizno komuniciranje u zrakoplovnoj industriji - komparativna analiza Air France i Malaysia Airlinesa		Žužak, Domagoj	
Uloga društvenih medija u komunikaciji turističkih zajednica Slavonije		Grbeš, Ruža	
Uloga gastronomije u brendiranju destinacija na primjeru Hrvatske		Ivčević, Anđela	
Uloga strukovnih udruga u razvoju profesije odnosa s javnošću na primjeru Hrvatske		Vuković, Ema	

Komunikacija odnosa s javnošću – Utjecaj odnosa s medijima na postavljanje dnevnih medijskih agendi		Lesinger, Gordana	
Identitet i mogućnosti brendiranja Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije		Stipović, Jelena	
Krizno komuniciranje ključnih aktera na primjeru uhićenja bivšeg premijera Ive Sanadera i gradonačelnika Zagreba Milana Bandića		Pletikosa, Anja	
Međunarodni odnosi s javnošću i javna diplomacija na primjeru Države Izrael		Nikić, Petra	
Strategija brendiranja grada kao turističke destinacije - slučaj grada Zadra		Boghetta, Giulia	
Strateški odnosi s javnošću u knjižničnom sektoru: slučaj hrvatskih narodnih knjižnica		Gotovac, Tina	
Upravljanje luksuznim brendovima u modnoj industriji		Ponoš, Antonia	
Učestalost i karakteristike cyberbullyinga kod studenata Fakulteta političkih znanosti		Meglić, Mia	
Medijski spektakl u televizijskim vijestima: slučaj "braniteljskog šatora"		Mađer, Petra	
Pozicioniranje odjela odnosa s javnošću u hrvatskom korporativnom sektoru - strateška ili operativna funkcija?		Miholić, Nina	
Povjerenje u medije i krizno komuniciranje: lokalni radio u izvanrednoj situaciji		Kedžo, Zdravko	
Primjena reaktivnih strategija u kriznom komuniciranju hrvatskih tvrtki		Jugo, Damir	
Obrazovanje djelatnika sustava Hrvatske turističke zajednice i ostalih sudionika javnog i privatnog turističkog sektora - Marketing u turističkoj industriji, Modul 1: Prodaja i distribucija		Telišman Košuta, Neda; Čavlek, Nevenka	
Obrazovanje djelatnika sustava Hrvatske turističke zajednice i ostalih sudionika javnog i privatnog turističkog sektora - Marketing u turističkoj industriji, Modul 2: marketinška komunikacija		Telišman Košuta, Neda; Jugo, Damir; Skoko, Božo; Petrović, Mario	

Obrazovanje djelatnika sustava Hrvatske turističke zajednice i ostalih sudionika javnog i privatnog turističkog sektora - Marketing u turističkoj industriji, Modul 3 : upravljanje marketingom		Telišman Košuta, Neda; Čorak, Sanda; Marušić, Zrinka	
Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske. Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja		Telišman Košuta, Neda; Horak, Siniša; Čorak, Sanda; Tomljenović, Renata; Marušić, Zrinka; Ivandić, Neven; Kunst, Ivo; Sever, Ivan; Klarić, Zoran; Krešić, Damir; Vrdoljak-Šalamon, Blaženka; Boranić-Živoder, Snježana; Skoko, Božo	
Destinacijski branding : seminar : prezentacija. Institut za turizam, 23.-24.11.2011.		Telišman Košuta, Neda; Ateljević, Irena; Skoko, Božo	