

Vrijeme izvoza: 04.07.2025. 13:03:19

Repozitorij: repozitorij.ds.unios.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 247

Broj izvezenih zapisa: 100

| Naslov | URL | Autori | Naslov izvornika |
|--|------------|----------------------------|-------------------------|
| Komunikacijske strategije u procesu osobnog brendiranja | | Galinović, Dino | |
| Komunikacija Donalda Trumpa kroz prizmu objektivizma | | Bubanović, Martin | |
| Uloga TikToka u brendiranju telekomunikacijskih kompanija - studija slučaja Hrvatskog Telekomu | | Mujanović, Anamarija | |
| Virtualni influenceri - percepcija korisnika društvenih mreža | | Anđelić, Vedrana | |
| Nastupi u medijima kao dio osobnog brendiranja hrvatskih stručnjaka za odnose s javnošću | | Drinković, Kristijan | |
| Javnost rada kreditnih financijskih institucija | | Miše, Kristina | |
| Uloga brenda poslodavca u motivaciji zaposlenika | | Kastropil Sentić, Nikolina | |
| Popularizacija sportske rekreacije u lokalnoj zajednici kroz strateško komuniciranje | | Malnar, Zoran | |
| Teorija uokviravanja u medijskom prikazu klimatskih promjena | | Graberski, Manuela | |
| 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 | |
| Doprinos festivala imidžu Umaga kao turističke destinacije | | Tutmić, Ilma | |
| Prepoznatljivost brenda Red Bull kroz sport u Hrvatskoj | | Kalea, Kristina | |
| Stvaranje identiteta i imidža Hrvatske nakon ulaska u Europsku uniju | | Šeremet, Ela | |
| Uloga kulturne diplomacije u promociji Kraljevine Španjolske u Hrvatskoj | | Knežević, Tia | |
| Rebrandiranje rukometnog kluba Osijek na društvenim mrežama | | Josić, Tena | |
| Strategije odnosa s javnošću globalnih kozmetičkih brendova - analiza društvenih mreža Fenty beauty, Rare beauty i Rhode | | Ivoković, Marina | |

| | | | |
|--|--|-----------------------------|--|
| Strategije osobnog brendiranja gradonačelnice Sarajeva Benjamine Karić na Instagramu | | Barišić, Lucija | |
| Uloga društvenih mreža u promociji filmova - studija slučaja Barbie | | Habek, Paula | |
| Uloga koncepta sportswashing u stvaranju imidža | | Silov, Roko | |
| Uloga odnosa s javnošću u popularizaciji održivog turizma | | Jokić, Petra | |
| Etičnost beauty kampanja u Hrvatskoj | | Lenardić Jakopač, Patricija | |
| Pojava influencer marketinga i utjecaj na potrošačke navike mladih | | Đuranić, Anja | |
| Osobno brendiranje - studija slučaja Kim Kardashian | | Dujmović, Marta | |
| Studija slučaja kriznog komuniciranja organizacije OceanGate | | Šango, Antonio | |
| Uloga karikatura Nika Titanika u političkoj participaciji građana u Hrvatskoj | | Brico, Paula | |
| Uloga oglasa u jugoslavenskim ženskim časopisima u osnaživanju žena | | Šitum, Tara | |
| Usporedba izvještavanja hrvatskih medija o nastupu Novaka Đokovića na Australian Openu 2022. i 2023. | | Sedlar, Jakov | |
| Imidž probacijske službe među ključnim dionicima u Hrvatskoj | | Zelić Ferenčić, Vesna | |
| Položaj hrvatskih stručnjakinja za odnose s javnošću u javnom sektoru | | Maraković, Josipa | |
| Brend poslodavca kao temelj privlačnosti među generacijom Z | | Poljanec, Dora | |
| Obilježja prostora prilikom organizacije događanja u industriji zabave | | Žažar Sedlar, Daria | |
| Autobiografski diskurs u funkciji osobnog brendiranja Darija Srne | | Trošić, Larisa | |
| Brendiranje grada Zadra kao turističke destinacije | | Latinčić, Petar | |
| UTJECAJ INTERNE KOMUNIKACIJE NA ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIKA JAVNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ | | Poljak, Josip | |
| Osobni brend - studija slučaja Maje Šuput | | Škabić, Luka | |
| Persuazivna komunikacija u funkciji brend aktivizma na primjeru Nikea | | Belec, Sara | |
| Komunikacija Europskog socijalnog fonda na društvenim mrežama | | Matošin, Ivana | |
| Mogućnosti brendiranja grada Križevaca kao turističke destinacije | | Birač, Marko | |
| Etičnost odnosa s javnošću - percepcija hrvatskih građana | | Zrilić, Dario | |
| Komunikacijska politika Europske Unije iz perspektive odnosa s javnošću | | Beljan, Mirna | |

| | | | |
|---|--|----------------------|--|
| Uloga odnosa s javnošću u promociji nautičkog turizma Hrvatske | | Jekić, Nives | |
| Brendiranje Banovine kao turističke destinacije | | Brigljević, Iva-Mila | |
| Brendiranje Međimurske županije kao turističke destinacije | | Bertović, Ivana | |
| Uloga društvenih mreža u brendiranju telekomunikacijskih tvrtki u Hrvatskoj | | Preložiček, Valentin | |
| Uloga odnosa s javnošću u popularizaciji ženskog poduzetništva u Hrvatskoj | | Filipović, Ljiljana | |
| Upravljanje komunikacijom lokalnih turističkih zajednica na društvenim mrežama | | Ćuk, Davorka | |
| Učinci informativno-edukativne kampanje "Misli na druge - cijepi se" | | Vučilovski, Sara | |
| 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 | |
| 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 | |
| Utvrđivanje identiteta Vukovarsko-srijemske županije za brendiranje kao turističke destinacije | | Pinjuh, Sandra | |
| Vladino upravljanje kriznom komunikacijom na internetu u javnozdravstvenoj krizi | | Kanajet, Karlo | |
| Odnosi s javnošću u modnoj industriji: slučajevi greenwashinga | | Brčić, Nikolina | |
| Percepcija novinara o vlastitoj autonomiji u digitalnom okruženju | | Knez, Domenika | |
| Punk i politika - motivi i teme u britanskoj punk glazbi | | Macešan, Nikolina | |
| Razvoj Hrvatske udruge za odnose s javnošću od osnutka do danas | | Prpić, Iva | |
| Uloga odnosa s javnošću u komuniciranju društveno odgovornog poslovanja u hrvatskom bankarskom sektoru tijekom pandemije COVID-19 | | Šantić, Jelena | |
| Pristupi u rješavanju sukoba među zaposlenicima: kako doći do win-win rješenja? | | Salameh, Suzana | |
| Percepcija važnosti odnosa s javnošću među ravnateljima srednjih škola Grada Zagreba | | Vukelić, Petar | |
| Analiza službenih profila kozmetičkih brendova na Instagramu u 2020. godini | | Šoštarec, Ema | |

| | | | |
|---|--|--------------------------|--|
| Krizno komuniciranje u turizmu - studija slučaja erupcije vulkana Cumbre Vieja | | Pervan, Valentina | |
| Masovni turizam i njegove posljedice za imidž turističke destinacije na primjeru otoka Paga | | Peranić, Marijana | |
| Organizacija događanja u neprofitnom sektoru na primjeru Erasmus Student Network | | Vrban, Sara | |
| Upravljanje kriznom komunikacijom u aferi "Fimi Media" | | Stojanović, Maja | |
| Brendiranje grada Nina kao romantične destinacije | | Kuliš, Monika | |
| Gastronomska ponuda kao motiv turističke posjete Južnoj Dalmaciji | | Jelčić, Ana-Marija | |
| Komunikacijski aspekti ruralnog turizma u Ličko-senjskoj županiji | | Stilinović, Luciana | |
| Navike čitanja i informiranja korisnika Gradske knjižnice Ivan Goran Kovačić u vrijeme pandemije COVID-19 | | Marinović, Marta | |
| Odrednice za brendiranje Starog Grada na Hvaru kao turističke destinacije | | Blačić, Josipa | |
| Primjena reaktivnih strategija zrakoplovnih kompanija - slučaj American Airlines 11. rujna 2001. | | Majkopet, Jennifer Anna | |
| Utjecaj pandemije COVID-19 na ponašanje potrošača u Hrvatskoj pri online kupnji namirnica | | Kovačević, Antonia | |
| 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 | |
| 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 | |
| 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 | |
| Komunikacija HDS ZAMP-a i oblikovanje percepcije o autorskom pravu u Hrvatskoj | | Radić, Katarina | |
| Generacijske razlike i digitalne tehnologije - primjer Večernjeg lista | | Ježovita, Mateja | |
| Konstrukcija stvarnosti na Instagramu među hrvatskim studentima | | Mikša, Martina | |
| Krizna komunikacija turističkih agencija na području Grada Zagreba u pandemijskoj 2020. godini | | Domitrović, Laura | |
| Upravljanje reputacijom na Facebooku i Instagramu u prehrambenoj industriji | | Petrov, Antonela | |
| KRIZNA KOMUNIKACIJA STOŽERA CIVILNE ZAŠTITE REPUBLIKE HRVATSKE USLIJED PANDEMIJSKE KRIZE COVID-19 NA FACEBOOKU I TWITTERU | | Mezdjić, Petra | |
| Emocije u oglašavanju i njihov utjecaj na odnos s potrošačima | | Bais, Laura | |
| Identifikacija tehnika spina u hrvatskoj političkoj komunikaciji | | Takač, Karla | |
| Imidž Dubrovnika kao turističke destinacije | | Jurina, Matea | |
| Koncept zemlje podrijetla na primjerima iz automobilske industrije Njemačke, Italije i Francuske | | Koren, Tin | |
| Krizna komunikacija Svjetske zdravstvene organizacije: studija slučaja pandemije COVID-19 | | Fuček, Matej | |
| Krizno komuniciranje na društvenim mrežama tijekom pandemije COVID-19 na primjeru Hrvatske turističke zajednice | | Kezić, Ivona | |
| Odnosi s javnošću u promociji turističkih destinacija - primjer Dubrovnika | | Galjuf, Anamaria | |
| Promjena korporativne komunikacije u vrijeme pandemije COVID-19: primjer Valamara | | Krnic, Lana | |
| Strateško komuniciranje udruga za pomoć žrtvama seksualnog nasilja na primjeru Ženske sobe - Centra za seksualna prava | | Dukši, Anamarija | |
| Stvaranje imidža Hrvatske kao atraktivne filmske lokacije | | Bahun, Filip | |
| Uloga Instagrama u promociji turističkih destinacija | | Filipović, Anamarija | |
| Uloga odnosa s javnošću u radu hrvatskih lokalnih turističkih zajednica | | Pleše, Ana | |
| Uloga žena u odnosima s javnošću u Hrvatskoj | | Dominiković, Andrea | |
| 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 | | Čturić, 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 | |
| Korištenje društvenih mreža u procesu brendiranja osoba i projekata | | Hasnek, Matej | |
| Uloga filma u promociji Dubrovnika kao turističke destinacije | | Habunek, Anamaria | |
| KOMUNIKACIJSKI STIL PREDSEDNIČKOG KANDIDATA DONALDA TRUMPA NA TWITTERU TIJEKOM 2015. I 2016. GODINE | | Medved, Žana | |
| POLITIČKA KOMUNIKACIJA HRVATSKIH GRADONAČELNIKA NA FACEBOOKU | | Mihovilović Pajkin, Marina | |
| Brendiranje Hrvatskog zagorja kao turističke destinacije | | Žunec, Viktorija | |
| Brendiranje emocija - kako je Danska brendirala sreću? | | Slivar, Dora | |
| Brendiranje grada Vrbovca | | Mlinarić, Paulina | |
| Brendiranje nogometaša - studija slučaja Luke Modrića | | Duvnjak, Katarina | |
| Community management u sportu - primjer SEHA-Gazprom League Final 4 (2019.) | | Matković, Emma | |
| 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 | |
| Analiza PR strategije i kriznog komuniciranja na primjeru Fyre Festivala | | Senjak, Antonija | |
| Analiza video materijala na društvenim medijima: studija slučaja vodećih dnevnih novina u Hrvatskoj | | Šipušić, Antonija | |

| | | | |
|--|--|-------------------|--|
| Novi mediji kao alat upravljanja brendom na primjeru lanca hotela "Hilton Hotels & Resort" | | Prnjak, Mihaela | |
| Utjecaj online prodavaonica na potrošačke navike studenata | | Dogan, Tea | |
| Vizualni identitet u sportu - logotipovi hrvatskih plivačkih klubova | | Lukić, Toni | |
| Analiza krizne komunikacije zdravstvenih institucija u aferi "kiretaža" | | Krivačić, Tanja | |
| Etičnost medijskog prikazivanja žena u sportu: analiza medijskog teksta i pogledi akterica | | Ožbolt, Filip | |
| Identitet Međimurske županije i mogućnosti brendiranja kao turističke destinacije | | Lovrek, Lara | |
| Izazovi i prilike brendiranja policijskih službenika u Hrvatskoj | | Čonč, Tatjana | |
| Narativ djetinjstva u autobiografiji Luke Modrića | | Džakmić, Vehmir | |
| Retorika predsjedničke kampanje Zorana Milanovića na Facebooku 2019. | | Ardalić, Lucija | |
| Retorika reklama Erste banke u hrvatskim medijima | | Borovac, Kristina | |
| Stilske figure na naslovnica Sportskih novosti u nogometnim izvješćima | | Trošić, Larisa | |
| Digitalni odnosi s javnošću i oglašavanje u razvoju brenda | | Ilić, Darija | |
| Uloga sporta u brendiranju i promociji države: primjer Republike Hrvatske | | Hlača, Ana | |
| Fenomen clickbaita i senzacionalizam u online medijima na primjeru portala Vijesti.hr i Dnevnik.hr | | Žunić, Morana | |
| Obilježja izvještavanja o humanitarnim akcijama na primjerima "RTL pomaže djeci" (RTL) i "Uz nas niste sami" (HRT) | | Vidić, Matea | |
| Privatnost djece i mame blogerice: analiza sadržaja Instagram objava u 2018. | | Uzbašić, Tea | |
| Stavovi sportskih novinara o izvještavanju sa Svjetskog nogometnog prvenstva 2018 | | Švagelj, Ines | |
| Uloga i pozicija fotoreportera u hrvatskim dnevnim novinama | | Petrović, Matea | |
| Uloga urednika u novinskoj opremi sportskih rubrika u tiskovnom i online izdanjima Jutarnjeg lista i Večernjeg lista | | Zobec, Petar | |
| 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 | |
| Eho-komore u političkoj komunikaciji: slučaj Istanbulske konvencije na Twitteru | | Juričan, Anita | |
| Medijska reprezentacija Istanbulske konvencije i pitanja roda | | Bucić, Iva | |
| Obilježja krizne komunikacije koncerna Agrokor u 2017. godini | | Kanajet, Karlo | |
| Promocija putem Instagrama: studija slučaja svjetski poznatih influencera | | Dolinar, Daniela | |
| Diskurzivne prakse normalizacije i problematizacije pozdrava "Za dom spremni": slučaj spomen-ploče u Jasenovcu 2017. godine | | Jakovina, Petra | |
| Korelacija između percipiranog utjecaja medija i karakteristika medijske poruke: istraživanje efekta trećeg na primjeru "Istanbulske" konvencije | | Pereš, Nika | |
| Uloga odnosa s javnošću u zdravstvenom turizmu na primjeru otoka Lošinja | | Pervan, Ena | |
| Digitalizacija medija: rebrendiranje tradicionalnog medija u digitalni na primjeru 24 sata | | Rendulić, Magdalena | |
| Američki filmski mjuzikli '60-ih: osnovna svojstva i stilske osebitosti | | Štefinščak, Matija | |
| Američki predsjednički izbori 2016. godine: viralnost lažnih vijesti i njihova zastupljenost u hrvatskim medijima | | Ćubel, Jelena | |
| Govor mržnje na Facebook stranici 24 sata | | Dojčinović, Renata | |
| Iseljavanje mladih iz Hrvatske - analiza diskursa članaka objavljenih na hrvatskim news portalima | | Prodan, Dominik | |
| Navike informiranja studenata novinarstva | | Solomun, Mario | |

| | |
|--|---------------------|
| Refleksija osobina ličnosti gamera i gamera na primjeru videoigre The Sims 4 | Ivković, Emilija |
| Seksualno zlostavljanje u Hollywoodu i #MeToo kampanja: tematska analiza američkih i britanskih news portala | Movrić, Martina |
| Analiza oglašivačkih kampanja hrvatskih banaka od 2010. do 2018. godine | Drvodelić, Katarina |
| Imidž Bosne i Hercegovine na švicarskim, njemačkim i austrijskim internetskim portalima | Vincetić, Katica |
| Izgradnja imidža Osijeka kao grada visoke tehnologije | Mutnjaković, Tena |
| Mogućnosti brendiranja hrvatske košarke iz perspektive stručnjaka za odnose s javnošću | Bašić, Ivana |
| Uloga nagrade European Best Destinations u brendiranju turističkih destinacija | Marić, Lorena |
| Uloga odnosa s javnošću u popularizaciji sportova na pijesku | Šuker, Ivona |
| Uloga odnosa s javnošću u pozicioniranju hrvatskih rukotvorina | Škorić, Antonia |
| Uloga odnosa s javnošću u promociji nesigurnih turističkih destinacija | Deverić, Lorena |
| 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 |
| Analiza online komunikacije Hrvatske turističke zajednice | Basioli, Frane |
| Online promocija Hrvatske turističke zajednice na emitivnim tržištima | Jagić, Janja |
| Regionalno brendiranje na primjeru područja doline Neretve | Trojanović, Domagoj |
| Sveučilišni programi razmjene studenata kao alat javne diplomacije | Đerić, Elena |
| Brendiranje Sveučilišta u Mostaru na temelju percepcije studenata | Mamić, Petra |
| Primjena i učinkovitost društveno odgovornog poslovanja u hrvatskim poduzećima | Matančić, Irena |
| Uloga community menadžera u izgradnji online imidža organizacija - primjer velikih trgovačkih lanaca | Katić, Andrea |
| Uloga društvenih medija u komuniciranju medijskih koncerna u Hrvatskoj | Martinić, Petra |
| Brendiranje otočnih destinacija na Mediteranu: slučaj otoka Raba | Sušić Načeta, Sara |

| | | | |
|---|--|--------------------|--|
| Diskurs nastupnih i oproštajnih govora predsjednika Sabora 2003.-2016. godine | | Husinec, Katarina | |
| Istraživanje imidža Osječko-baranjske županije i mogućnost njegova razvoja | | Ravlić, Doris | |
| Medijska reprezentacija klimatskih promjena u diskursu hrvatskih političkih elita | | Šunde, Eta | |
| Online i "offline" imidž Studentskog centra u Zagrebu: sličnosti i razlike | | Crnčević, Anela | |
| Portretiranje manjinskih skupina u filmskoj industriji u 21. stoljeću | | Crnica, Ivana | |
| Prikriveno oglašavanje u kulinarskim emisijama na hrvatskim televizijama | | Brkić, Andra | |
| Percepcija hrvatskih srednjoškolaca i studenata o zvijezdama reality emisija | | Mitić, Ana | |
| Podudarnost online imidža HRT-a s mišljenjima građana | | Čičak, Zorana | |
| Prikaz stručnjaka za odnose s javnošću u igranim filmovima holivudske produkcije | | Brnada, Petar | |
| Dolazak televizije u kontinentalnu Hrvatsku: usmena povijest | | Deranja, Kristina | |
| Odnosi s javnošću u jedinicama lokalne samouprave - primjer Grada Karlovca | | Stojanov, Hrvoje | |
| Promocija neprofitnog kazališta u Republici Hrvatskoj na društvenim mrežama | | Bebek, Ena | |
| Uloga poznatih osoba u online komunikaciji političkih stranaka na parlamentarnim izborima 2007., 2011. i 2015. godine | | Pasarić, Kristina | |
| Društvene mreže u novinarstvu: Karakteristike komunikacije novinara i publike putem službenih facebook stranica novinara 24sata | | Bednaž, Mia | |
| Novinarke u udarnim vijestima središnjih informativnih emisija HTV-a, Nove TV i RTL-a | | Injac, Monika | |
| Politički marketing na društvenim mrežama i etički prijepori | | Hemen, Ivona | |
| 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 | |
| Medijska reprezentacija Jadranke Kosor od 2009. godine do 2015. godine (analiza sadržaja dnevnih novina) | | Jakić, Maja | |
| Načini mjerenja učinkovitosti programa odnosa s javnošću u hrvatskom korporativnom sektoru | | Starčić, Ema | |

| | | | |
|---|--|------------------|--|
| Uloga djece političara u kreiranju njihove celebrity persone: studija slučaja Sashe i Malie Obame | | Dretar, Dijana | |
| Uloga društvenih medija u komunikaciji turističkih zajednica Slavonije | | Grbeš, Ruža | |
| Uloga filmskog turizma u brendiranju grada Dubrovnika | | Grgurević, Tina | |
| Uloga gastronomije u brendiranju destinacija na primjeru Hrvatske | | Ivčević, Anđela | |
| Uloga strukovnih udruga u razvoju profesije odnosa s javnošću na primjeru Hrvatske | | Vuković, Ema | |
| 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 | |
| Brazil kao brend | | Bauer, Benjamin | |
| 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 | |
| Modni blogovi u Hrvatskoj-perspektive i kritike | | Pender, Mikela | |