

Vrijeme izvoza: 26.04.2025. 08:38:55

Repozitorij: repozitorij.ds.unios.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 246

Broj izvezenih zapisa: 100

| Naslov                                                                                                                   | URL | Autori                     | Naslov izvornika |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------|------------------|
| Komunikacija Donalda Trumpa kroz prizmu objektivizma                                                                     |     | Bubanović, Martin          |                  |
| Uloga TikToka u brendiranju telekomunikacijskih kompanija - studija slučaja Hrvatskog Telekoma                           |     | 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              |                  |
| Rebrendiranje 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                                                       |  | 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           |  |
| Korištenje društvenih mreža u procesu brendiranja osoba i projekata                                           |  | Hasnek, Matej              |  |
| Uloga filma u promociji Dubrovnika kao turističke destinacije                                                 |  | Habunek, Anamaria          |  |
| KOMUNIKACIJSKI STIL PREDSJEDNIČKOG 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                                                                                            |  | Ćurić, 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 prijedori                                                                    |  | 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-obućarskoj 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   |  |