

Vrijeme izvoza: 27.06.2025. 17:04:44

Repozitorij: repozitorij.ds.unios.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 108

Broj izvezenih zapisa: 100

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Razlike u stavovima generacije Z o reklamnim sadržajima u tradicionalnim medijima naspram onih na društvenim mrežama		Staničić, Klara	
Brošura Međunarodna znanstveno-stručna konferencija MIGRACIJE I IDENTITET: KULTURA, EKONOMIJA, DRŽAVA 3			
Kampanja Safe stay in Croatia: Uloga i uspješnost brendiranja Hrvatske kao sigurne turističke destinacije		Deltin, Paolo	
Istraživački izvještaj anketnog istraživanja o kvaliteti života i obrascima života stranih radnika iz Azije i Afrike u Hrvatskoj		Balabanić, Ivan; Perić Kaselj, Marina; Rubić, Mislav; Ružić, Natasha Kathleen; Turk, Marko; Nimac, Dragan; Šimunić, Nikola; Dabo, Krešimir; Tadić, Iva	
Analiza stavova ciljanih javnosti o reklamnoj kampanji BMW-ovih motocikala		Bošnjak, Luana	
Uloga gastronomskih festivala u brendiranju Zagreba		Horvat, Marijana	
Kultura otkazivanja na društvenim mrežama – hrvatska perspektiva		Pavković, Zvonimir; Dabo, Krešimir	
Ima li mjesta kulturnoj baštini, tradicijskoj kulturi i folkloru u hrvatskim tradicionalnim medijima?		Dabo, Krešimir	
Eurovizija i društvene mreže		Mustapić, Filip; Dabo, Krešimir	
Uloga strateških odnosa s javnošću u osobnom brendiranju na primjeru izvođača Baby Lasagne		Keliš, Adriana	
Prednosti upravljanja društvenim mrežama u odnosima s javnošću		Derner, Lana	
Analiza video reklama odabranih hrvatskih organizacija u periodu prvog lockdowna		Špehar, Helena	

Biograd Boat Show kao dio identiteta turističke destinacije		Tomić, Paola	
Analiza primjene integrirane marketinške komunikacije u IT poduzećima na odabranom primjeru s hrvatskog tržišta		Božić, Ana	
Informiranost generacije Z o hrvatskoj nematerijalnoj baštini na UNESCO-ovim listama		Poslek, Barbara	
Analiza važnosti obilježja korporativnih brendova u ICT industriji za studente FER-a		Cvitanović, Ana	
Doprinos digitalne komunikacije influencera na Instagramu na stavove i ponašanja ciljanih skupina		Drobnjak, Jelena	
Retorička analiza televizijskog sučeljavanja tijekom parlamentarnih izbora u Hrvatskoj 2024. godine		Omerović, Dominik	
Stavovi kritičara odnosa s javnošću u Hrvatskoj o kriznom komuniciranju na društvenim mrežama		Šikulec, Dora	
Analiza komunikacija i odnosa s javnošću turističkih seoskih gospodarstava u sjevernoj Hrvatskoj		Hadrović, Manda	
Pjesma Eurovizije 2023. na društvenim mrežama-osobitosti digitalne komunikacije televizijskog spektakla		Mustapić, Filip	
Etički aspekti modne industrije: Kako marketinške kampanje u modnoj industriji odgovaraju na suvremene izazove		Osredečki, Nives	
Uloga i učinci društvenih mreža u informiranju javnosti o aktivnostima hrvatskih sportskih plesnih klubova		Sambol, Helena	
Analiza komunikacijskih alata u promociji manifestacije "WRC Croatia Rally 2023"		Šestak, Nikša	
Ples kao sredstvo neverbalne komunikacije		Crnić, Nika Kristina	
Analiza komunikativnosti vizualnog identiteta Zagreb Film Festivala		Živčić, Nika	
Doprinos manifestacije Vinodar brendiranju Daruvara kao turističke destinacije		Valdgoni, Maximilian	
Mogućnosti brendiranja turističke destinacije Općina Rakovica		Rendulić, Josip	

Uloga hrvatskih nepokretnih kulturnih dobara na UNESCO-ovom popisu svjetske baštine u kreiranju imidža države		Majstrović, Lucija	
Uloga medijskog uokvirivanja i storytellinga kod novinarskog izvještavanja o influenceru Marku Babiću		Šparavec, Paula	
Doprinos influencera u odabiru turističke destinacije kod Z generacije		Gadža, Oliver	
Analiza kulture otkazivanja na odabranim primjerima		Pavković, Zvonimir	
Brendiranje Varaždina kao turističke destinacije kroz manifestaciju Špancirfest		Krajačić, Petra	
PREGLED MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MIGRANTIMA		Dabo, Krešimir	
Značaj zaštićenih hrvatskih nepokretnih kulturnih dobara u izgradnji imidža i identiteta države		Majstrović, Lucija; Dabo, Krešimir; Gluvačević, Dejan	
POTENCIJAL INVESTICIJSKIH CIKLUSA KOHEZIJSKIH FONDOVA OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA I GRAD ĐAKOVO		Vizjak, Maja	
Uloga interne komunikacije u kreiranju organizacijske kulture na primjeru tvrtke Energia Naturalis d.o.o.		Jakić, Luka	
Humor i oglašavanje - kako ciljane javnosti čitaju humoristična vizualna rješenja jumbo plakata?		Marenić, Ivona	
Uloga i važnost etičnog komuniciranja u oglašivačkim kampanjama		Jovanović, Matija	
Analiza digitalne komunikacije na društvenim mrežama odabranih održivih brendova		Dragičević, Dora	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u komunikacijskoj strategiji neprofitne kampanje Boranka		Buntak, Marija Magdalena	
Osobitosti odnosa s javnošću malih obrta, primjer obrt Mige		Hegedić, Magdalena	
Analiza povezanosti influencera i stavova ciljanih javnosti		Jurišić, Ruža Iva	
Analiza stavova praktičara odnosa s javnošću o zadovoljstvu na radnome mjestu u Hrvatskoj		Čulinović, Ivan	
Uloga i važnost influencera u promoviranju tradicijske kulture na društvenoj mreži TikTok		Lipić, Madlen	

Uloga nišnog marketinga na društvenim mrežama: studija slučaja strateških komunikacija domaćih brendova bezalkoholnih pića		Kučina, Tomislav	
Mogućnosti poboljšanja manifestacije Advent u Zagrebu: perspektiva posjetitelja		Širac, Dora	
Informiranost građana o darivanju i presađivanju organa nakon smrti		Nadramija, Perica	
Iza i ispred pozornice: odnosi s javnošću hrvatske tradicijske izvedbene umjetnosti		Dabo, Krešimir	
RAZINA FINANCIJSKE PISMENOSTI STUDENATA NA VELEUČILIŠTU U VIROVITICI		Bedeković, Mladena; Vakanjac, Danijela; Prelas Kovačević, Anita	
The Role of Community Management in the Branding of the Tourist Destination Rijeka as the European Capital of Culture 2020		Dabo, Krešimir; Gavrilović, Ivor; Gluvačević, Dejan	
Analiza stavova posjetitelja o vizualnom identitetu kulturne manifestacije češke manjine „Dožínky“		Zounar Pupovac, Nevla	
COVID-19 pandemija i mentalno zdravlje komunikacijskih stručnjaka u Hrvatskoj		Gamble, Tihana	
Analiza upravljanja društvenim mrežama muzeja za umjetnost i obrt tijekom COVID-19 pandemije		Sršen, Mirta	
Uloga virtualnih identiteta u identifikacijskim procesima suvremenog pojedinca - motivacije i prakse korištenja društvenim mrežama		Kelava, Dina	
"Goodbye" poklon-paketi kao marketinški alat kreiranja dodane vrijednosti za kupca		Poslončec, Stela	
UNESCO i hrvatska nematerijalna baština: analiza informiranosti građana		Jukić, Paula	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u organiziranju događanja na primjeru Vinistre		Veršić, Julijana	
Dobra praksa razvoja publike u hrvatskoj i uspješnosti kulturnih manifestacija		Pauletta, Dan; Lekić, Romana; Dabo, Krešimir	
Employee satisfaction with internal communication in private companies during the first lockdown		Vidaković, Ivona; Dabo, Krešimir; Gluvačević, Dejan	

Teološki, sociološki i medijski kontekst osoba s invaliditetom		Vrbaslija, Dario; Karaman, Patricija; Dabo, Krešimir	
Uloga komunikacije na društvenim mrežama u predstavljanju Zadar Sunset Festivala		Magaš, Lovre	
Analiza stavova ciljanih javnosti o rent-a-car uslugama kao temelj kreiranja komunikacijske strategije tvrtke Carwiz		Mravunac, Luka	
Zadovoljstvo zaposlenika internom komunikacijom u privatnim poduzećima tijekom prvog lockdowna		Vidaković, Ivona	
Analiza i uloga digitalne komunikacije u odnosima s javnošću projekta Okolo		Matanović, Maja	
Interna komunikacija u ustanovi u kulturi na primjeru ansambla Lado		Hadžić, Željka	
Analiza upotrebe „Fotkaone“ kao interaktivnog alata u organizaciji događanja		Božić, Ana	
Proces brendiranja u turizmu na primjeru luksuznih hotela		Pleša, Stela	
Uloga društvenih mreža u brendiranju turističke destinacije Rijeke kao Europske prijestolnice kulture 2020.		Gavrilović, Ivor	
Analiza lažnih vijesti u elektroničkim publikacijama tijekom Covid-19 krize		Jurković, Ivan	
Analiza stavova rukovoditelja o ulozi komunikacijskih vještina zaposlenika stanica za tehnički pregled vozila		Vukušić, Željka	
Analiza stavova čitatelja internetskih portala o influencerima na odabranome medijskom primjeru		Brkan, Nives	
Uloga društvenih mreža u odnosima s javnošću manifestacije na primjeru Dubrovačkih ljetnih igara		Jerković, Rea	
Analiza uloge prezentacijskih vještina u javnoj percepciji vođe na odabranom primjeru		Župan, Anamarija	
ULOGA STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O ZAGREBAČKOM ADVENTU KAO DIO IMIDŽA DESTINACIJE		Baljkas, Ella; Dabo, Krešimir	
Dosadašnja nastojanja razvoja publike kulturnih programa u Republici Hrvatskoj		Pauletta, Dan	

Izrada nacrtu motociklističke manifestacije Zagrebačkog prstena		Medvid, Nika	
Uloga ansambla Lado u očuvanju hrvatske izvedbene tradicijske umjetnosti		Šarkanj, Mijo	
Osobitosti i izazovi upravljanja hotelom tijekom korona krize na primjeru hotela Antunović		Kuk, Ivor	
Stavovi lokalnog stanovništva o Adventu u Zagrebu kao dijelu imidža destinacije		Baljkas, Ella	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u promociji odabranog poduzeća		Sokolović, Zvonimir	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u komunikaciji manifestacije Dvorišta		Nikšić, Ana	
Imidž Hrvatske kao turističke destinacije		Gegić, Nikolina	
Luksuzna vjenčanja u egzotičnim destinacijama kao specifična niša u menadžmentu manifestacija		Marenić, Laura	
Razvoj novog proizvoda i usluge na odabranom primjeru Hepi		Steković, Ivana	
Odnosi s javnošću u neprofitnom sektoru na primjeru udruga osoba s invaliditetom		Kučina, Ivana	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u organizaciji manifestacije u kulturi na odabranom primjeru		Gluhan, Tonka	
Uloga i važnost istraživanja tržišta kao alata za otvaranje nove trgovinsko poslovne jedinice		Raguž, Matej	
Analiza medijskog izvještavanja najčitanijih hrvatskih internetskih portala o koronavirusu		Kantardžić, Medina	
Analiza organizacije događanja na primjeru organizacije vjenčanja		Knežević Žeruk, Sara	
Analiza percepcije publike o programu manifestacije Goričkih večeri		Tkalec, Ivona	
Medijska vidljivost humanitarnog projekta Hrvatskog Crvenog križa		Baranašić, Lada	
Uloga odnosa s medijima kao alata u organizaciji događanja u kulturi		Jakičić, Irena	
Uloga producenta u filmskoj umjetnosti na primjeru dugometražnog igranog filma "Ideš? Idem!"		Puizina, Tamara	

Osobe iz javnog života kao alat u marketinškoj komunikaciji kozmetičko-estetskih usluga		Petrović, Valentina	
Marketinško planiranje ulaska na novo tržište na odabranom primjeru		Čupić, Mato	
KOMPARATIVNA ANALIZA KOMUNIKACIJE I ODNOSA S JAVNOŠĆU ETNOGRAFSKOG MUZEJA I ANSAMBLA LADO		Dabo, Krešimir	
Marketinško planiranje u privatnom visokoškolskom obrazovanju na odabranom primjeru		Jagić, Kristina	
Analiza makrookruženja, tržišta, konkurencije i potrošača na primjeru odabranog poduzeća		Pogorilić, Katrin	
Analiza odnosa s javnošću na primjeru odabranog sportskog turnira		Vujković, Jan	
Uloga marketinške kampanje u organizaciji događanja: studija slučaja Ansambl LADO u Areni Zagreb		Teskera, Dalia	
Povezanost poslovne komunikacije i menadžerske uspješnosti na primjeru odabranog poduzeća		Maček, Marina	
Produkcija u organizaciji kazališne predstave, studija slučaja: predstava "Svinje ruju i traže tartufe"		Mađarić, Jelena	
Uloga upravljanja društvenim mrežama u odnosima s javnošću Muzeja prekinutih veza		Bahonjić, Melisa	
Utjecaj društvenih mreža na imidž festivala: studija slučaja Ultra		Andrić, Dora	
Upravljanje društvenim mrežama u nautičkom turizmu na primjeru agencije Ambassador Travel		Grubiša, Marijeta	
Uloga komunikacije gastro festivala kao dio brendiranja Turopolja, studija slučaja: Gastro Turopolja		Kotrman, Mirela	
Glasserova teorija izbora u interpersonalnoj komunikaciji		Dabo, Krešimir	