

<https://repozitorij.fpzg.unizg.hr/user/profile/mbz/262602>

Vrijeme izvoza: 23.09.2020. 01:19:22

Repozitorij: repozitorij.fpzg.unizg.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 120

Broj izvezenih zapisa: 120

Naslov	URL	Autori	Naslov izvornika
Analiza online komunikacije Hrvatskog rukometnog saveza	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:230727	Budi, Tin	
Promocija putem društvenih medija na primjeru poznatih svjetskih glazbenih festivala	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:645104	Obradović, Dijana	
Specijalizirano izvještavanje na primjeru odbojke u sportskim rubrikama Večernji list i Jutarnji list za 2017. godinu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:652500	Šegvić, Vesela	
Što generacije X, Y i Z objavljuju na društvenim mrežama: analiza sadržaja objava na Facebooku i Instagramu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:059085	Škof, Mirta	
Alati odnosa s javnošću u promociji glazbenika i glazbenih događaja u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:405971	Trbuščić, Martina	
Odnosi s javnošću u luksuznom hotelijerstvu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:386064	Ivaniš, Ines	
Odnosi s javnošću zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:321489	Duljaj, Ema	
Osobno brendiranje - studija slučaja Michelle Obame	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:256770	Sirovica, Sara	
Povjerenje studenata novinarstva i komunikologije u Facebook nakon krize s Cambridge Analyticom	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:099596	Škarika, Štefica	
Uloga festivalskog turizma u brendiranju grada Splita	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:418846	Bosančić, Mislav	
Upotreba novih tehnologija u organizaciji glazbenih festivala	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:366336	Keškić, Matea	
Coca-Cola kao brend: oglašivačke strategije u 21. stoljeću	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:785373	Glatki, Silvija	
Kreiranje i upravljanje modnim brendovima	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:818300	Lulić, Niko	
Maraton lađa - uloga medija u brendiranju manifestacije	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:322012	Medak, Zrinka	
Mogućnosti i načini brendiranja Nacionalnog parka Una	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:195828	Čurić, Anja	

Odnosi s javnošću filmskih festivala u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:484256	Dorokazi, Mirela	
Povezanost vizualnog identiteta hrvatskih brendova čokolade i udjela na tržištu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:817178	Švraka, Senka	
Sportski klubovi kao brendovi na primjeru Real Madrida	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:914745	Vidić, Vlatka	
Utjecaj igranog filma u brendiranju Republike Hrvatske	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:167388	Nakić, Martina	
Karakteristike opreme novinskih priloga u izvještavanju o zdravstvu na primjeru Jutarnjeg lista, Večernjeg lista i 24sata u 2018. godini	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:982177	Pavić, Ivan	
Modeli roditeljskog posredovanja u medijskom odgoju djece: iskustva i stavovi roditelja od 1. do 4. razreda osnovne škole	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:830017	Kovačević, Ivana	
Transformacija digitalnog oglašavanja dnevnih novina; studija slučaja: 24sata	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:653934	Gilja, Patricia	
Uloga društvenih mreža kao izvora informacija u suvremenom konceptu proizvodnje vijesti	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:849295	Miklaužić, Jožica	
Uloga inovativnosti u kreiranju imidža Hrvatske	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:693943	Vukšić, Doris	
Utjecaj društvenih mreža kao izvora vijesti na središnji informativni program javne i komercijalnih televizija (HRT, Nova TV i RTL)	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:376809	Šošić, Dajana	
Diskurs oglašivačke kampanje igranog filma "Deadpool"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:364086	Levojević, Dean	
Hrvatski food blogeri 2019. godine	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:834158	Kovačić, Damira	
Komunikacija na Facebooku religijskih zajednica Sufi Centre Rabbaniyya i Hillsong Church Germany	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:516182	Boca, Ivona	
Narativna analiza publicističkih tekstova u 24sata o nestalima u Domovinskom ratu 2016. i 2017. godine	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:444903	Dobranić, Anja	
Odnosi s javnošću u rukometnim klubovima u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:319960	Dežić, Ivana	
Stil pisanja kolumni Borisa Dežulovića na portalnovosti.com 2018.	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:305325	Bregović, Tamara	
Strategija širenja brendova na primjeru Disneya, Facebooka i Virginia	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:017203	Remenar, Denis	
Imidž Hrvatske u europskim online medijima 2017.	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:684325	Pavić, Ines	

Medijska reprezentacija kućnih ljubimaca na portalima jutarnji.hr, vecernji.hr i 24sat.hr	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:425844	Flegar, Ivana	
Reprezentacija djece s Downovim sindromom u medijima: longitudinalna analiza 2010.-2015.	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:554160	Beštak, Ana	
Reprezentacija populizma u hrvatskim medijima: tekstualna analiza web portala vecernji.hr, novilist.hr, lupiga.com i direktno.hr	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:634476	Humski, Vedrana	
Uloga food-festivala u brendiranju grada Zagreba	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:845600	Zidić, Lucija	
Komunikacijske politike u brendiranju grada: odnos identiteta i imidža Dubrovnika kao turističkog odredišta	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:416555	Marković, Maris	
Analiza sadržaja online komunikacije populističkih stranaka u Ujedinjenom Kraljevstvu, Italiji i Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:200926	Milković, Kristian	
Biti influencer u Hrvatskoj: samoostvarenje i profit kroz YouTube kanal	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:003460	Rosandić, Veronika	
Cyberfeminizam i digitalni aktivizam: studija slučaja pokreta #Metoo	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:529060	Ernečić, Vlatka	
Influenseri na društvenim medijima u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:086185	Ivanković, Ivona	
Kako komuniciraju adolescenti: analiza komunikacijskih navika	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:311224	Barešić, Dolores	
Konvergencijsko novinarstvo u Hrvatskoj: studija slučaja "24 sata"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:024326	Zagorac, Nikol	
Medijske navike i privlačnost streamera: studija slučaja Hrvatska	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:560973	Tisanić, Martin	
Usporedba online komunikacije uspješnih turističkih zajednica u Hrvatskoj: studija slučaja TZ Dubrovnika i TZ Poreča	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:557767	Mršić, Patricia	
"Ja sam Zlatan" - Zlatan Ibrahimović kao brend	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:755502	Margetić, Simona	
Američka predsjednička kampanja 2016. u hrvatskim dnevnim novinama	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:597550	Jerković Bjelajac, Terezija	
Etičnost novinarskih sadržaja u crnoj kronici na portalima jutarnji.hr i večernji.hr	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:008271	Pejković, Davor	
Medijske preferencije studenata novinarstva Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:531972	Kujek, Doris	
Mogućnosti brendiranja Dalmatinske zagore	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:879391	Udiljak, Gabrijela	

Nastanak kazališne predstave "Šest likova traži autora"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:974652	Hrvaćanin, Tim	
Osobno brendiranje vrhunskih kuhara u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:894169	Sedlanić, Petra	
Razvoj blogerske scene u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:757600	Kapović, Lara	
Strateško komuniciranje banaka na primjeru UniCredit i Erste banke u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:426631	Azapović, Ines	
Imidž Bosne i Hercegovine na švicarskim, njemačkim i austrijskim internetskim portalima	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:549956	Vincetić, Katica	
Brendiranje grada Jastrebarskog kao gospodarskog subjekta	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:641680	Bene, Ivona	
Brendiranje grada Samobora - studija slučaja	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:615042	Kovačić, Ana	
Hercegovina kao turistički brend	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:767454	Bartulić, Josip	
Komunikacijske strategije profesionalnih košarkaških klubova: slučaj KK Cibone	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:447472	Mujačić, Matej	
Odnosi s javnošću i native oglašavanje: sličnosti i razlike	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:950412	Tomljanović, Maria	
Percepcija Europske unije u Republici Hrvatskoj tijekom prve godine članstva (srpanj 2013. - srpanj 2014.)	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:035956	Gluvačević, Dejan	
Sveučilišni programi razmjene studenata kao alat javne diplomacije	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:770471	Đerić, Elena	
Razvoj korporativnog identiteta kroz društveno odgovorno poslovanje - slučaj Google	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:907980	Šuka, Nemanja	
Brendiranje Sveučilišta u Mostaru na temelju percepcije studenata	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:475580	Mamić, Petra	
Brendiranje otočnih destinacija na Mediteranu: slučaj otoka Raba	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:311519	Sušić Načeta, Sara	
Istraživanje imidža Osječko-baranjske županije i mogućnost njegova razvoja	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:038285	Ravlić, Doris	
Online i "offline" imidž Studentskog centra u Zagrebu: sličnosti i razlike	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:849550	Crnčević, Anela	
Analiza medijskog diskursa o islamu na primjeru news portala u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:384223	Ščavničar, Ivan	

Brendiranje slavonsko-srijemsko-baranjskih vina - analiza pokušaja i mogućnosti	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:278910	Cindrić, Iva	
Fenomen osobnog brendiranja: studija slučaja Justina Trudeaua	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:248583	Herman, Iris	
Javna diplomacija Kraljevine Švedske: analiza komuniciranja u Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:566293	Selihar, Bernarda	
Način mjerenja vrijednosti brenda države - komparativna analiza vodećih indeksa	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:251247	Alimanović, Anita	
New York kao brend	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:669870	Horvat, Lana	
Uloga odnosa s javnošću u luksuznim hotelima na primjeru Adriatic Luxury Hotels	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:772184	Katić, Vid	
Uloga organizacijske kulture u korporativnom komuniciranju na primjeru tvrtki Lush, Bio&Bio i Uber	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:927202	Rus, Corrina	
Podudarnost online imidža HRT-a s mišljenjima građana	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:059963	Čičak, Zorana	
Elementi celebrity politike u političkoj komunikaciji Josipa Broza Tita	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:850257	Bračko, Paula	
Homofobija i seksizam u televizijskoj seriji "Empire"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:379279	Božić, Leon	
Mogućnosti i načini brendiranja otoka Mljeta	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:546315	Drače, Inja	
Uloga sportaša u parlamentarnim izbornim kampanjama u Hrvatskoj od 2000. do 2015. godine	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:866112	Bagarić, Jelena	
Percepcija plasmana proizvoda u programima lagane zabave u srednjoškolskoj populaciji	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:081978	Samaržija, Ana	
Portretiranje izbjeglica i migranata u središnjim informativnim emisijama HTV-a, Nove TV i RTL-a	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:422919	Mešanović, Ernada	
Prikaz izbjeglica i migranata na fotografijama u Jutarnjem listu, Večernjem listu, Globusu i Nacionalu	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:054463	Lakoš, Lucija	
Uloga naslova u tiskovinama i digitalnim medijima na primjeru Jutarnjeg lista	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:360213	Bertek, Daria	
Uloga odnosa s javnošću u promociji turističke destinacije na primjeru Primoštena	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:829232	Huljev, Anamaria	

Međudodnos argumentacije, konceptualnih metafora i neverbalne komunikacije u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:929146	Borčić, Nikolina	
Uloga ravnatelja u stvaranju imidža osnovne škole na primjeru Republike Hrvatske i Republike Makedonije	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:884701	Stanić, Ivana	
Važnost i uloga komunikacije u srednjim i velikim organizacijama tijekom procesa upravljanja promjenama	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:939130	Škarica, Jadranka	
Koncept zemlje podrijetla i uloga imidža država u plasiranju proizvoda na inozemna tržišta	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:251936	Orač Vuković, Martina	
Neprofitni FM radio u Republici Hrvatskoj	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:653833	Čeč, Lucija	
Odnosi s javnošću u nevladinim i neprofitnim organizacijama	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:261760	Isailović, Pavle	
Prepoznavanja važnosti koncepta zemlje podrijetla kod hrvatskih potrošača	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:255502	Baričević, Nela	
Brendiranje Istre kao regije autohtonih vinskih sorta - primjer udruge Vinistra	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:000252	Gržetić, Annamaria	
Preduvjeti implementacije društveno odgovornog poslovanja u hrvatskim malim poduzećima	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:712855	Juričević, Ana	
Izveštavanje o djeci izbjeglicama u hrvatskim dnevnim novinama 2015. godine	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:974940	Soko, Martina	
Uloga samosvijesti i nacionalnog ponosa u brendiranju države na primjeru projekta "Ponos domovine"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:481298	Delač, Morana	
Uloga odnosa s javnošću pri organizacijskoj promjeni u tekstilno-odjevnoj i kožarsko-obučarskoj industriji	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:323217	Žaja, Katarina	
Načini mjerenja učinkovitosti programa odnosa s javnošću u hrvatskom korporativnom sektoru	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:981860	Starčić, Ema	
Populizam Živog zida: analiza retorike Ivana Vilibora Sinčića	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:999270	Čačija, Petra	
Uloga djece političara u kreiranju njihove celebrity persone: studija slučaja Sashe i Malie Obame	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:885617	Dretar, Dijana	
Diskurzivno mapiranje društvenih problema u francuskoj kinematografiji Novog vala	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:971543	Gadža, Lucija	

Jezik "Valova" Virginije Wolf iz vizure pijažeovske teorije kognitivnog razvoja: Analiza verbalne gradacije struje svijesti	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:602615	Belošević, Ivana	
Krizno komuniciranje Hrvatskih željeznica	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:397959	Banovec, Brigita	
Krizno komuniciranje u zrakoplovnoj industriji - komparativna analiza Air France i Malasyia Airlinesa	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:172037	Žužak, Domagoj	
Uloga društvenih medija u komunikaciji turističkih zajednica Slavonije	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:757267	Grbeš, Ruža	
Uloga gastronomije u brendiranju destinacija na primjeru Hrvatske	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:292912	Ivčević, Andela	
Uloga strukovnih udruga u razvoju profesije odnosa s javnošću na primjeru Hrvatske	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:218525	Vuković, Ema	
Komunikacija odnosa s javnošću – Utjecaj odnosa s medijima na postavljanje dnevnih medijskih agendi	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:530627	Lesinger, Gordana	
Identitet i mogućnosti brendiranja Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:478064	Stipović, Jelena	
Krizno komuniciranje ključnih aktera na primjeru uhićenja bivšeg premijera Ive Sanadera i gradonačelnika Zagreba Milana Bandića	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:789815	Pletikosa, Anja	
Međunarodni odnosi s javnošću i javna diplomacija na primjeru Države Izrael	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:472696	Nikić, Petra	
Strategija brendiranja grada kao turističke destinacije - slučaj grada Zadra	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:185321	Boghetta, Giulia	
Strateški odnosi s javnošću u knjižničnom sektoru: slučaj hrvatskih narodnih knjižnica	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:725239	Gotovac, Tina	
Upravljanje luksuznim brendovima u modnoj industriji	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:528713	Ponoš, Antonia	
Učestalost i karakteristike cyberbullyinga kod studenata Fakulteta političkih znanosti	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:289066	Meglić, Mia	
Medijski spektakl u televizijskim vijestima: slučaj "braniteljskog šatora"	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:005716	Mađer, Petra	
Pozicioniranje odjela odnosa s javnošću u hrvatskom korporativnom sektoru - strateška ili operativna funkcija?	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:070982	Miholić, Nina	

Povjerenje u medije i krizno komuniciranje: lokalni radio u izvanrednoj situaciji	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:385495	Kedžo, Zdravko	
Primjena reaktivnih strategija u kriznom komuniciranju hrvatskih tvrtki	https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:957229	Jugo, Damir	