

Vrijeme izvoza: 26.09.2024. 13:09:51

Repozitorij: repozitorij.unios.hr

Ukupan broj zapisa na URL-u: 69

Broj izvezenih zapisa: 69

<b>Naslov</b>	<b>URL</b>	<b>Autori</b>	<b>Naslov izvornika</b>
Digitalna televizija i fenomen maratonskog gledanja televizijskog sadržaja (Binge-watching)		Babić, Tea	
Tradicionalni mediji u novomedijskom okružju		Vuknić, Ivan	
Fenomen sempliranja u glazbi i filmu		Zubčić, Sandra	
Evolucija oglašavanja u glazbenoj industriji: analiza tijekom tri desetljeća na primjeru Backstreet Boysa		Ištuk, Mateja	
Analiza odnosa s javnošću na primjeru Muzeja Slavonije		Relić, Benjamin	
Digitalna transformacija - konvergencija tradicionalnih medija te prilagodba suvremenim trendovima		Lukačević, Magdalena	
Fenomenologija digitalnog djetinjstva: utjecaj društvenih medija na psihološki razvoj djeteta		Peranović, Gabriela	
Interkulturalna komunikacija - analiza razlika u komunikaciji između različitih kultura		Češljar, Mihaela	
TikTok kao platforma za brendiranje političara među Z generacijom		Martinović, Ivan	
Fenomen straha od propuštanja na društvenim mrežama i utjecaj na potrošačko ponašanje korisnika		Kovačević, Izabela	
Važnost reputacije u upravljanju brendom - studija slučaja brenda Balenciaga		Lazar, Anja	
Analiza medijskog sadržaja kreiranog u okviru kampanja tvrtke Red Bull		Cvijetović, Roberta	
Utjecaj copywritinga na imidž proizvoda		Janjanin, Isabell	
Brendiranje Slavonije i Baranje putem društvenih mreža		Schell, Danijela	
Značaj digitalne marketinške strategije na primjeru brenda Gucci		Martinović, Iva	
Analiza međusobnog odnosa i utjecaja novinarstva i odnosa s javnošću - sličnosti i razlike		Knežević, Brigita	
Odnosi s javnošću - društveno odgovorno poslovanje tvrtke McDonald's		Lukačić, Nives	
Učinak mobilnog marketinga na zadovoljstvo potrošača		Geić, Marina	
Analiza fenomena pojavnosti serijski ubojica u digitalnim medijima		Marić, Lucija	

Brendiranje Osijeka kao sveučilišnog grada		Kolić, Mihaela	
Ulična umjetnost kao društvena intervencija		Mitar, Luka	
Promocija na društvenim mrežama		Tomoković, Ana	
Analiza čitanosti senzacionalističkih tema na primjeru portala Showbuzz.hr		Crnčić, Josipa	
Marketing usmjeren prema ženama kao ciljnoj skupini		Gerić, Ana-Marija	
Uloga odnosa s javnošću u filmskoj industriji		Puljak, Filip	
Umjetna inteligencija u društvenim medijima		Kovačević, Magdalena	
Umjetna inteligencija u kontekstu novomedijske manipulacije - forma deep fake videa		Bižaca, Leonarda	
Utjecaj mitologije na videoigrice		Martinović, Natalija	
Analiza medijskog izvještavanja o slučajevima međunarodnih posvojenja: slučaj Zambija		Torjanac, Ivana	
Važnost medijske i vizualne pismenosti u digitalnom dobu		Vulić, Monika	
Umjetna proizvodnja, manipulacija i modificiranje podataka i medija putem sintetičkih medija		Stepić, Iva	
Kriptirani kodovi u kulturnim i kreativnim industrijama		Crnković, Valentina	
Destinacijski menadžment i brendiranje plaža u Baranji - uloga turističkih zajednica		Lukšić, Đurđica	
Digitalni marketing - značaj i utjecaj na konzumenta		Brkić, Vanesa	
DIGITALNI MARKETING - OSNOVNI ALAT ZA POKRETANJE PODUZEĆA U SUVREMENOM SVIJETU		Kramarić, Monika	
Gerila marketing kao alat u organizaciji medijske kampanje		Fosić, Dora	
Streaming platforme - novi način distribucije i konzumiranja interaktivne zabave		Vukić, Vedran	
Kreativne oglašivačke kampanje "Velike petorke" - analiza sadržaja te semiotička analiza vizualnih znakova kao prediktora uspješnosti		Jelečević, Magdalena	
Utjecaj razvoja marketinških strategija na svijest potrošača		Pintarić, Martina	
Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu po modelu Stuarta Halla na primjeru TV reality show Zadruga		Đorđijevski, David	
Oglašavanje u e-sportu i njegova privlačnost za velike tvrtke		Jurić, Iven	
Utjecaj društvenih mreža na stvaranje parasocijalnih odnosa		Relić, Benjamin	
Teorija medijske agende u online okruženju		Mudnić, Andrea	

Društvene mreže kao komunikacijski alat u odnosima s javnošću		Safundžić, Anamarija	
Kultura i ples - profesionalni plesači u kulturnim i kreativnim industrijama		Špiranec, Karla	
Online alati u odnosima s javnošću		Fijačko, Ema	
Digitalni marketing u ugostiteljstvu		Staparac, Dragan	
Novomedijski žanrovi i prosumeri: mame kao blogerice i influencerice		Pervan, Lea	
Odnos samopoštovanja i učestalosti korištenja društvene mreže Instagram kod studenata		Vlajčić, Anđelka-Marija	
Prikaz LGBTQ+ zajednice u vizuri novih digitalnih medija - analiza sadržaja pružatelja servisa videa na zahtjev Netflix		Galić, Mirna	
Televizijski žanr telenovela - konvergencija televizijskih sapunica na novomedijske platforme - analiza sadržaja VOD aplikacije Netflix		Matišić, Ana	
Uspon konzumerističke kulture - utjecaj online oglašavanja na donošenje odluka o kupnji		Ajhenberger, Ana	
Brendiranje, vizualni identitet i konkurentnost gradova - analiza usporedbe slučajeva Splita i Osijeka		Lucić, Lea	
Utjecaj gerila marketinga na poslovanje malih i srednjih poduzeća		Lucić, Sunčana	
Integrirana marketinška komunikacija kao promocijski alat na primjeru Međunarodnog festivala umjetničke tamburaške glazbe		Lutring, Ema	
Analiza sadržaja Instagram profila - pojavnost hashtagova i boja		Gluhaković, Ena	
DM kao primjer društveno-odgovornog poslovanja - kroz prizmu odnosa s javnošću		Tustonjić, Mateja	
Prikaz hrvatskih nogometnih klubova u medijima - analiza zastupljenosti i vidljivosti nogometnih klubova u medijskom prostoru internetskih portala		Barišić, Nikolina	
Redizajn mobilne društvene mreže Instagram (UX/UI - dizajn aplikacija))		Žakula, Elena	
Dizajniranje reputacijskih priča na primjeru kozmetičke industrije		Dizdar, Ana	
Mobilne društvene igre kao komunikacija s generacijom Z - analiza sadržaja reklama na mobilnoj društvenoj mreži TikTok		Puškarčić, Sara	
Razvoj YouTube-a - od internetskog servisa do jednog od najutjecajnijih medija današnjice		Cvijetović, Roberta	
Kako nastaje TV reklama - što je donijela konvergencija iz analognog u digitalni svijet		Opolcer, Matej	
Analiza brendiranja kao marketinškog alata i načina kulturno ideološke identifikacije kroz primjer Air Jordan brenda		Mitar, Luka	

Zabavni medijski sadržaj tijekom pandemije Covid-19 - analiza sadržaja zabavnog programa triju hrvatskih nacionalnih televizija		Zeko, Anita	
Pripovijedanje u 21. stoljeću - digitalni kreativni narativ		Jakšić, Renata	
Mediji kao sredstvo širenja panike - Analiza sadržaja internetskih portala u slučaju širenja zaraze putem korona virusa		Kovačević, Anita	
Društvene mreže kao važan online marketinški alat		Varzić, Josipa	
Semiotička analiza identiteta u novim medijima - način prezentacije sebe na društvenim mrežama		Barić-Šelmić, Snježana	