

ПРОФ. ДР. МИЛИЦА КОСТИЋ-СТАНКОВИЋ

Дипломски завршни радови

- Типологија индиректног оглашавања (*Product placement-a*)
- Упоредна анализа спонзорства и маркетинга „из заседе“
- Односи с јавношћу у интеркултуралним оквирима
- Анализа тржишта и позиционирање производа/услуге у прехранбеној индустрији
- Значај интегрисане пословне комуникације у интернационалним оквирима
- Упоредна анализа маркетиншког одлучивања у приватним и државним хотелима
- Упоредна анализа еколошких ознака у комуникацији са купцима у Региону
- Значај преговарачке компетенције у интеркултуралној комуникацији

Мајстер завршни радови

- Евалуација и мерење ефеката маркетиншке комуникације
- Имиџ земље порекла као обележје производа/услуге у међународном маркетингу
- Комуникација брэнда у условима промена
- Улога интерактивних медија у савременом маркетиншком комуницирању
- Брендирање туристичке дестинације као основа развоја локалне самоуправе
- Лобирање као фактор реализације успешних односа с јавношћу
- Комуникација брэнда у социјалном предузетништву
- Брендирање туристичке дестинације као основа развоја локалне самоуправе

Специјалистички завршни радови

- Развој стратегије позиционирања брэнда засноване на анализи тржишта у фармацеутској индустрији
- Допринос интерних односа с јавношћу развоју ергономских решења
- Утицај интернета на праксу односа с јавношћу у здравственим институцијама
- Улога промоције у превенцији карцинома
- Управљање кризном комуникацијом у функцији очувања репутације компаније
- Друштвено одговорно пословање у фармацеутској индустрији
- Креативност у кампањама превенције и промоције у јавном сектору
- Стратешко планирање маркетиншких комуникација у здравственим установама

Докторске тезе

- Интегрисано оглашавање базирано на когнитивним и афективним реакцијама аудиторијума
- Стратегија друштвеног маркетинга у позиционирању непрофитних организација
- Управљање пословном комуникацијом у банкарству
- Унапређивање интегрисаних комуникација у функцији промоције војне професије
- Унапређење инструмената комуникације у односима са инвеститорима у Србији
- Унапређење пословне комуникације у банкарству увођењем контакт центара
- Односи с јавношћу у функцији јачања репутације организација посебне намене
- Унапређење модела у маркетиншким комуникацијама у контексту дигиталне софистицираности генерације ипсилон

ПРОФ. ДР. СЛАВИЦА ЦИЦВАРИЋ КОСТИЋ

Дипломски завршни радови

- Анализа прилагођавања комуникације брэнда у условима кризе
- Ангажовање инфлуенсера у комуникације брэндова током глобалне кризе
- Брендирање луксузних производа у дигиталном окружењу
- Етички аспекти у корпоративном брендирању
- Маркетиншки аспект примене нових технологија у пословању

Мастер завршни радови

- Активности комуникације глобалних покрета путем друштвених мрежа
- Дигитална комуникација козметичких брэндова у периоду након кризе
- Когнитивни аспект брендирања на примеру произвођача спортске опреме
- Упоредна анализа успешности програма брендирања послодавца
- Утицај дигиталних комуникација на ангажовање јавности у непрофитном сектору

ПРОФ. ДР. МАРИЈА ЈОВИЋ

Дипломски завршни радови

- Компаративна анализа оквира за дефинисање дигиталне маркетиншке стратегије
- Анализа кључних концепата у психологији потрошача
- Онлајн оглашавање засновано на гео-локацији
- Идентификовање кључних елемената дизајна зелених производа
- Примена технологије проширене реалности у маркетингу
- Примена савремених технологија у унапређењу онлајн продавница
- Значај концепта причања приче у емоционалном брендирању
- Утицај концепта чланства на понашање купаца
- Утицај пандемије COVID-19 на живот и понашање младих
- Унапређење веб сајта засновано на маркетинг садржајем
- Компаративна анализа елемената садржаја сајтова професионалних услуга
- Развој неуромаркетинга и савременеа маркетиншка пракса
- Савремени трендови у релационом маркетингу
- Идентификовање кључних фактора успеха стратегије директног маркетинга
- Испитивање фактора који утичу на импулсивну куповину
- Утицај промотивних активности у медијима на креирање слике о себи
- Анализа дигиталних маркетиншких стратегија доминантних компанија у е-трговини
- Развој маркетинг плана професионалне услуге
- Развој годишњег маркетинг плана занатске радње
- Анализа утицаја различитих фактора продајног места на перцепцију купаца у реалном окружењу
- Повећање стопе конверзије применом концепта гејмификације

Мастер завршни радови

- Маркетинг интелигенција као метод прикупљања података са тржишта
- Унапређење производа засновано на жалбама купаца
- Анализа путовања корисника као основа за унапређење маркетиншких активности
- Компаративна анализа стратегија решавања примедби корисника
- Креирање идентитета на друштвеним медијима
- Изградња заједница као подршка процесу брендирања
- Ценовне стратегије у дигиталном окружењу
- Компаративна анализа оквира за дефинисање дигиталне маркетиншке стратегије
- Бенчмаркинг анализа приватне праксе у области естетских студија
- Анализа фактора који утичу на коришћење мобилне апликације
- Анализа области примене неуромаркетинга у маркетиншким истраживањима
- Креативна стратегија у дизајну дигиталног садржаја
- Анализа тржишта органских производа у Републици Србији
- Идентификовање мотива за учешће купаца у дигиталним друштвеним заједницама
- Утицај самопоуздања на понашање при куповини
- Утицајне личности у процесу избора производа
- Ставови младих о копијама брендираних производа
- Анализа значаја бренда при избору производа
- Компаративна анализа утицаја извора препорука на процес куповине
- Фактори који утичу на избор физичке локације продавнице

ПРОФ. ДР ТАМАРА ВЛАСТЕЛИЦА

Дипломски завршни радови

- Специфичности односа с јавношћу непрофитних институција
- Улога корпоративних комуникација у изградњи репутације
- Упоредна анализа ефективности инструмената односа с јавношћу
- Улога интерне комуникације у изградњи корпоративног бренда и репутације
- Специфичности кризне комуникације у ФМЦГ индустрији
- Анализа медијске сцене Србије
- Ефикасност медија у маркетиншкој и корпоративној комуникацији
- Анализа медијских наступа портпарола
- Технике ефикасних јавних наступа
- Медијске кампање у промоцији корпоративне друштвене одговорности
- Креативне стратегије у оглашавању и стварању публицитета
- Планирање и закуп традиционалних и дигиталних медија
- Стратегије и тактике за стварање публицитета - сторутеллинг

Мастер завршни радови

- Стратешко планирање корпоративних комуникација у прехранбеној индустрији
- Медијске стратегије у управљању кризним комуникацијама
- Анализа корпоративних слогана и кључних порука у медијским кампањама
- Упоредна анализа ефикасности традиционалних и дигиталних медија у оглашавању
- Репутационе кризе услед друштвено неодговорног пословања компанија
- Етички аспекти корпоративне и маркетиншке комуникације
- Утицај кампања социјалног маркетинга на корпоративну репутацију
- Креативне стратегије и механизми кампања маркетинга са друштвеним поводом
- Савремени трендови у “зеленом маркетингу”
- Стратегије интерне комуникације у функцији управљања кризом
- Утицај рационалних, емотивних и моралних апела у медијским кампањама на промену понашања циљне групе
- Извор промотивне поруке - идентификационе личности, testimонијали, амплифајери и инфлуенсери
- Етика и друштвена одговорност савремених медија
- Утицај лажних вести на медијске комуникације
- Евалуација и мерење ефеката корпоративне комуникације