

Izvješ e medijskih objava

06.09.2019

Odnosi s javnoš u

Odnosi s javnoš u

4. 09. 2019	Zadarski list	Stranica/Termin: 6	Hrvatska
Naslov:	5. natječaj za studentsku nagradu Mlada nada		
Sadržaj:	Raspisan javni poziv za prijave radova		
Autor:	ZL		
Rubrika, Emisija:	Zadar	Žanr: izvješće	Naklada: 3.500,00
Ključne riječi:	Odnosi s javnoš u, HUOJ		
6. 09. 2019	Poslovni dnevnik	Stranica/Termin: 14	Hrvatska
Naslov:	Ivana Žulj sada vodi strateško planiranje		
Sadržaj:	Ivana Žulj iz agencije Universal McCann (UM) Zagreb krajem srpnja je s pozicije strategy managera unaprijeđena u direktoricu strateškog planiranja, trenutno najvišu i najznačajniju ulogu u strateškom odjelu agencije.		
Autor:			
Rubrika, Emisija:	Mediji i marketing	Žanr: izvješće	Naklada: 11.000,00
Ključne riječi:	ODNOSI S JAVNOŠ U		
6. 09. 2019	Večernji list	Stranica/Termin: 13	Hrvatska
Naslov:	Bandićeva glasnogovornica dala ostavku, izdržala je s njime dulje nego ijedna prije		
Sadržaj:	Dajana Antonija Bebek bila je u gradonačelnikovoju službi nešto manje od četiri godine		
Autor:	Mateja Sobak		
Rubrika, Emisija:	Aktualno	Žanr: izvješće	Naklada: 51.000,00
Ključne riječi:	Odnosi s javnoš u, GLASNOGOVORNIK		
4. 09. 2019	www.vecernji.hr	Stranica/Termin:	Hrvatska
Naslov:	Inozemni blogeri, novinari i youtuberi promoviraju nautiku kroz projekt „Croatia, Full of Islands to Discover“		
Sadržaj:	Projekt „Croatia, Full of Islands to Discover“ nastavak je promotivnih aktivnosti koje HTZ u ovoj godini provodi s ciljem dodatne promocije nautičkog proizvoda, odnosno još jačeg tržišnog pozicioniranja Hrvatske kao idealne nautičke destinacije...		
Autor:	Vecernji.hr		
Rubrika, Emisija:		Žanr: Internetsko	Naklada:
Ključne riječi:	Odnosi s javnoš u, MARKETING, BLOG		

Naslov: 5. natječaj za studentsku nagradu Mlada nada

Autor: ZL

Rubrika/Emisija: Zadar

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 284,62

Naklada: 3.500,00

Ključne riječi: Odnosi s javnošću, HUOJ



Raspisan javni poziv za prijave radova

5. natječaj za studentsku nagradu Mlada nada

ZADAR ► Hrvatska udruga za odnose s javnošću od 2015. godine dodjeljuje studentsku nagradu Mlada nada koja je svojevrsno priznanje strukovne udruge za pokazano znanje, izvrsnosti i zalaganje studenata visokih učilišta. Cilj nagrade je promicanje izvrsnosti među studentima te njihovo motiviranje za stjecanje novih znanja i vještina u području odnosa s javnošću.

Natječaj je otvoren od 2. rujna do 4. listopada 2019. godine do 12 sati te se na njega mogu prijaviti radovi realizirani u akademskoj godini 2018./2019. u četiri kategorijama:

Studentska nagrada HUOJ-a za seminarski rad

Nagrada se dodjeljuje za najbolji seminarski rad iz

područja odnosa s javnošću za koji se smatra da predstavlja samostalnu stručnu obradu izabrane teme kojom student pokazuje teorijsko i praktično znanje kao i sposobnost samostalnog služenja literaturom.

Kategorije nagrada

Nagrada se dodjeljuje za najbolji diplomski rad iz područja odnosa s javnošću. Pod diplomskim radom smatra se rad koji je student samostalno napisao kao uvjet završetka diplomskog studija.

Nagrada se dodjeljuje i za najbolji komunikacijski projekt iz područja odnosa s javnošću. Pod ovim se smatra autorski projekt koji je student samostalno izradio u sklopu nekog od kolegija tijekom studija.

Nagrada se dodjeljuje za najbolji završni rad iz područja odnosa s javnošću. Pod završnim radom smatra se rad koji je student samostalno napisao kao uvjet završetka preddiplomskog studija.

Svaku pristiglu prijavu razmatra peteročlani stručni žiri HUOJ-a te ju ocjenjuje prema svakom kriteriju definiranom Pravilnikom o dodjeli godišnjih nagrada Mlada nada. Kriteriji za ocjenjivanje su: stručnost i ozbiljnost pristupu, strukturiranost i preglednost, pismenost i izražavanje te kreativnost i inovativnost.

Rok za prijavu

Zadnji rok za prijavu radova je 4. listopada 2019. u 12.00 sati. Da bi prijava bila valjana potrebno je, uz rad koji se prijavljuje, dostaviti ispunjen



Obrazac za prijavu projekta (Obraza prijave, Potvrdu mentora o autentičnosti rada te Izjavu o vjerodostojnosti podataka u prijavi).

Svečana dodjela studentskih nagrada predviđena je za

9. studenoga 2019. godine, a o točnom vremenu i mjestu dodjele će kandidati biti naknadno obaviješteni. Nagrada je osim simboličnog priznanja i statue i edukacijski modul Govorničke akademije

Demosten te besplatna kotizacija za HUOJ-evu godišnju konferenciju (prosinac 2019.). Više informacija o natječaju potražite na www.huoj.hr ili slanjem upita na info@huoj.hr. (zl)

6. 09. 2019 **Poslovni dnevnik**

Stranica/Termin: 14

Naslov: Ivana Žulj sada vodi strateško planiranje

Autor:

Rubrika/Emisija: Mediji i marketing

Žanr: izvješ e

Površina/Trajanje: 78,49

Naklada: 11.000,00

Ključne riječi: ODNOSI S JAVNOŠ U



Ivana Žulj sada vodi strateško planiranje

Ivana Žulj iz agencije Universal **McCann** (UM) Zagreb krajem srpnja je s pozicije strategy managera unaprijeđena u direktoricu strateškog planiranja, trenutno najvišu i najznačajniju ulogu u strateškom odjelu agencije. Žulj je u UM-u već pet godina te se kroz brojne projekte i kampanje pozicionirala kao vrhunski stručnjak u strateškom sagledavanju konteksta unutar kojeg klijenti posluju, kao i usmjeravanju odluka i rješenja agencijskih timova. Osim zaduženja koja će preuzeti s novom pozicijom, Ivana je angažirana i na promociji projekata i istraživanja tima Polaris u Hrvatskoj. *md*



Ivana Žulj iz agencije Universal **McCann** HURA

Naslov: **Bandićeva glasnogovornica dala ostavku, izdržala je s njime dulje nego ijedna prije**

Autor: Mateja Sobak

Rubrika/Emisija: Aktualno

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 353,18

Naklada: 51.000,00

Ključne riječi: Odnosi s javnošću, GLASNOGOVORNIK



Dajana Antonija Bebek bila je u gradonačelnikovoju službi nešto manje od četiri godine Bandićeva glasnogovornica dala ostavku, izdržala je s njime dulje nego ijedna prije



Mateja Šobak

Izdržala je najdulje, ali ode još ijedna. Dajana Antonija Bebek, glasnogovornica gradonačelnika Milana Bandića, nakon gotovo četiri godine u njegovoj službi dala je ostavku i time našla na popisu prvih ljudi u odnosima s medijima koji su svi redom sami odlazili od čelnika metropole. Odlazile, točnije, jer sve su Bandićeve glasnogovornice bile žene.

Otišla sa Švaljek

Još na početku njegova sad već punoljetnog mandata nešto više od dvije godine taj je posao obavljala Vesna Kirpijanovska, a nakon što godinama glasnogovornicu nije imao, na taj je posao 2007. stigla Iva Mia Erak. Diplomirana ekonomistica i magistrica politologije te bivša misica otišla je nakon dvije godine službe jer je, kako je tada objasnila, dobila posao "u jednoj konzultantskoj kući", a Bandić je sljedećih šest godina opet PR odrađivao sam sebi. Može on to, pohvalio se više puta, pa se nazivao i "čedom PR-a", a bez problema, kazao je, odnose s javnošću mogao bi i predavati. A iako ih je magistrirala, Martini Šušnjari nije on predavao. Ova ekonomistica na mjesto glasnogovornice gradonačelnika Zagreba stigla je u svibnju



ZARKO BAŠIĆ/PPSELL

2014. godine javnim natječajem, iako se, čim je raspisan, znalo da će se baš dotadašnja zamjenica glasnogovornika Holdinga preseliti na novo radno mjesto u Grad. Nije se, međutim, ondje dugo zadržala, tek nekih pola godine, jer razdoblje je to u kojem je gradonačelnik Milan Bandić završio, u zatvoru. Šušnjara je u odnosima s javnošću nastavila pomagati tadašnjoj zamjenici gradonačelnika Sandri Švaljek koja je vodila Grad, a upravo s njom krenula je i u kampanju na posljednjim lokalnim

izborima. Švaljek je pokušavala postati gradonačelnicom, a Šušnjara je bila zadužena za odnose s medijima u užem izbornom timu. Cijelo to vrijeme donedavna glasnogovornica bila je zaposlena u Uredu gradonačelnika, a aktivno joj se tražila i zamjena.

Sljedeća? Još ne znamo

A ona je stigla u prosincu 2015. u obliku Dajane Antonije Bebek, dugogodišnje novinarku HRT-a, a nakon toga i HDZ-ove glasnogovornice. Bebek je pobjedila

na natječaju i uz gradonačelnika ostala najdulje, gotovo četiri godine. Jedno od njezinih zadnjih pojavljivanja s Bandićem bilo je u lipnju na najavnoj presici za Zagrebačko kulturno ljeto, na kojoj ju je šef prozvao jer mu se nije sviđelo kako sjedi.

– Sad ću ja malo iznenaditi, neću šokirati našu glasnogovornicu. Vidi se da je dugo bila na HRT-u, da ležerno sjedi kao Kshahoggi u fotelji. To valjda prijede u naviku ljudima – govorio je Bandić, dok su se njegovim riječima

svi, kao i sama Bebek, čudom čudili. Tko će i hoće li odmah netko naslijediti Dajanu Antoniju Bebek, još se ne zna, a iz Grada neslužbeno doznajemo da za sada natječaj za novog glasnogovornika neće raspisivati. Ako to i naprave, kažu, uvjeti se neće puno mijenjati od onih koji su se dosad postavljali. Fakultetsko obrazovanje i znanje dva jezika bit će glavne stavke koje će glasnogovornik morati ispuniti, a pripremat će konferencije za novinare, dogovarati i pripremati intervjue za gradonačelnika... ●



GORAN STANJIL/PPSELL

SVE ŽENE
Prije Dajane Antonije Bebek (lijevo) s Bandićem je ni pola godine radila Martina Šušnjara (gore), a dvije godine odnose s javnošću vodila mu je Iva Mia Erak (desno)



TATJANA TADIĆ/PPSELL

4. 09. 2019 www.vecernji.hr

Stranica/Termin:

Naslov: Inozemni blogeri, novinari i youtuberi promoviraju nautiku kroz projekt „Croatia, Full

Autor: Vecernji.hr

Rubrika/Emisija:

Žanr: Internetsko izvješće

Površina/Trajanje: 1,00

Naklada:

Ključne riječi: Odnosi s javnošću, MARKETING, BLOG

<https://www.vecernji.hr/vijesti/inozemni-blogeri-novinari-i-youtuberi-promoviraju-nautiku-kroz-projekt-croatia-full-of-islands-to-discover-1343010>

Projekt „Croatia, Full of Islands to Discover“ nastavak je promotivnih aktivnosti koje HTZ u ovoj godini provodi s ciljem dodatne promocije nautičkog proizvoda, odnosno još jačeg tržišnog pozicioniranja Hrvatske kao idealne nautičke destinacije... Hrvatska turistička zajednica treću u godinu zaredom provodi projekt „Croatia, Full of Islands to Discover“, koji za cilj ima promociju nautike kao turističkog proizvoda, odnosno pozicioniranje Hrvatske kao atraktivne i kvalitetne nautičke destinacije. U sklopu projekta 12 poznatih **blogera**, youtubera i novinara iz Velike Britanije, Njemačke, Francuske, Švedske, Norveške, Maršarske, Švicarske i Japana otkrivat će otoke šibenskog arhipelaga od 7. do 11. rujna. „Riječ je o uspješnom projektu koji je u svojim prethodnim izdanjima ostvario odlične promotivne efekte. Iz tog razloga nastavili smo s njegovom provedbom, a ovaj su put u fokusu lokaliteti šibenskog arhipelaga. Nautika je jedan od glavnih hrvatskih imidž proizvoda koji naglašava ono najljepše što Hrvatska ima, a navedeno potvrđuju i rezultati ostvareni u ovoj godini u segmentu nautičkog chartera gdje bilježimo gotovo 3 milijuna noćenja, odnosno rast od 3 posto u odnosu na isto razdoblje lani“, izjavio je direktor Hrvatske turističke zajednice Kristijan Stanić, dodavši kako se promocija nautike provodi i kroz nastupe na specijaliziranim sajmovima te kroz **marketinške** i **PR** kampanje. Foto: HTZ Program putovanja uključuje obilazak nacionalnih parkova Krka i Kornati, otoka Murtera, grada Šibenika i Prvi Luke, a u sklopu obilaska pojedinih lokacija bit će predstavljeni i atraktivni lokaliteti, obilježja i gastronomska ponuda ovog dijela Hrvatske. Promocija je fokusirana na reportaže u novinama i magazinima te objave na **blogovima** i društvenim mrežama Facebook, Instagram, Twitter i YouTube gdje će sudionici ovog jedinstvenog doživljaja podijeliti svoje dojmove s brojnim čitateljima i pratiteljima.

U ovogodišnjem programu, između ostalih, sudjeluje i novinarka Eleanor Rudd, suradnica britanskog portala Metro.co.uk kojeg mjesečno prati više od 54 milijuna čitatelja. Hrvatskom obalom jedrit će i francuski novinar i fotograf Gregory Gerault koji će svoja iskustva opisati u reportaži u dnevnim novinama Le Télégramme i magazinu Le Monde du Camping-Car. Među sudionicima je i američki youtuber s britanskom adresom Evan Edinger kojeg na YouTube kanalima posvećenim općim temama i putovanjima prati gotovo 700 tisuća pratitelja, kao i maršarska youtuberica Fruzsina Viszok koja je aktivna na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Twitter gdje ju prati oko 480 tisuća fanova. Foto: HTZ Projekt „Croatia, Full of Islands to Discover“ nastavak je promotivnih aktivnosti koje HTZ u ovoj godini provodi s ciljem dodatne promocije nautičkog proizvoda, odnosno još jačeg tržišnog pozicioniranja Hrvatske kao idealne nautičke destinacije.