

UVODNIK

Editor's note



Dejan Gluvačević, PhD

Editor-in-Chief

Drage čitateljice i dragi čitatelji,

pred vama je još jedan broj znanstvenog časopisa *Communication Management Review*, a koji ovaj put donosi četiri zanimljiva rada koji se bave brendiranjem luksuznih proizvoda, destinacija i osobnim brendiranjem te medijskim obrazovanjem.

Prof. dr. sc. Doris Peručić i Marina Leš u radu *Percepcija hrvatskih potrošača o luksuznim markama* kao što je razvidno i iz naslova istražuju percepciju hrvatskih potrošača o vrijednosti luksuznih maraka. Luksuzne marke su prepoznatljive po svom jedinstvenom dizajnu, kvaliteti izrade i povezanosti s prestižem te statusom, a kupuju ih potrošači koji žele izraziti svoju individualnost i pripadnost određenoj društvenoj skupini. Upravo ovaj rad kroz rezultate istraživanja pokazuje kako hrvatski potrošači (N=169) percipiraju luksuzne marke kao jedinstvene, autentične i prestižne.

Drugi rad u časopisu donose dr. sc. Vesna Haluga, dr. sc. Filip Kokotović te prof. dr. sc. Božo Skoko pod nazivom *Uloga kulture i kulturnog turizma u gospodarskom razvoju i brendiranju grada Varaždina*. Kulturni turizam, koji se temelji na kulturnoj ponudi grada, može biti ključan element promocije i gospodarskog razvoja grada Varaždina, a na što upućuju i autori. Rad kroz teorijski, a ponajviše istraživački dio rada fokusira se na pitanja kako kulturnu ponudu grada Varaždina istaknuti kao potencijal te ujedno pokretačku snagu gospodarskog razvoja.

Ivana Belić autorica je rada pod nazivom *Osobno brendiranje – integrativni pregled literature* u kojem autorica donosi prikaz specifičnosti područja kao što je osobno brendiranje. Autorica istražuje navedeni pojam te njegovu primjenu u različitim poljima, ističući da je osobno brendiranje važan alat za pojedince koji žele postići uspjeh u karijeru. Ovaj rad daje sažet i informativan pregled recentne literature o navedenom području za sve one koji žele znati nešto više o osobnom brendiranju.

Ovaj broj časopisa zatvaramo nešto malo drugačijim radom u kontekstu teme koja se obrađuje. Naime, rad doc. dr. sc. Lane Ciboci Perša, pod nazivom *Stavovi učitelja razredne nastave i Hrvatskog jezika prema medijskom obrazovanju u hrvatskim osnovnim školama*, bavi se jednom aktualnom tematikom koja je od iznimne važnosti za hrvatsko društvo obzirom da medijsko obrazovanje postaje sve važnije u današnjem digitalnom društvu. U radu se donose rezultati istraživanja (N=2229) među učiteljima u školama što je ujedno i ovakvo prvo istraživanje nakon kurikularne reforme. Autorica u radu donosi zanimljive rezultate koji ukazuju kako učitelji još uvijek nisu zadovoljni svojim kompetencijama te da je potrebno ih podržati u profesionalnom razvoju i uvesti predmet medijskog obrazovanja kako bi se status medijskog obrazovanja u Hrvatskoj poboljšao.

Kao i u ranijim izdanjima, u ovome broju časopisa nastavljamo s prikazima novih i zanimljivih knjiga pa tako donosimo prikaz knjige doc. dr. sc. Krešimira Dabe pod naslovom *Iza i ispred pozornice: Odnosi s javnošću hrvatske izvedbene tradicijske umjetnosti*. Za sve one koji s nestrpljenjem iščekuju nove znanstvene i stručne konferencije, u ovom broju najavljujemo i pozivamo na *BledCom 2024* koji će se po 31. put održati na Bledu i to 5 i 6. lipnja 2024. godine.

Ako i sami provodite istraživanja iz područja komunikacija, medija i odnosa s javnošću, politologije i srodnih disciplina pošaljite nam svoje radove koje ćemo objaviti u sljedeća dva broja tijekom 2024.

Radujemo se budućoj suradnji! Uživajte u čitanju!