



studentski.hr

Od izbora i uredničkih politika sve do PR-a i native oglašavanja na

DANI KOMUNIKACIJA

Redakcijske odluke, tekstovi koje piše AI, fake news i superizbori samo su neke od tema kojima će se u Rovinju pozabaviti ovaj poznati **festival tržišnih komunikacija**.



Redakcijske odluke, tekstovi koje piše AI, fake news i superizbori samo su neke od tema kojima će se u Rovinju pozabaviti ovaj poznati **festival tržišnih komunikacija**.

Studentski.hr

4.4.2024.

Živimo u vremenu nikad većih mogućnosti, ali i nikad većih izazova za komunikatore. Redakcijske odluke, tekstovi koje piše AI, lažne vijesti i superizbori samo su neke od tema kojima će se u Rovinju pozabaviti ovaj poznati **festival tržišnih komunikacija**.

Je li urednički rad uglavnom određen formatom ili politikom medija? Što tehnološki napredak znači u kontekstu političkih kampanja? Kako u vrijeme umjetne inteligencije rade PR-ovci? Zavarava li native oglašavanje korisnika ili mu pomaže pronaći prikladnije sadržaje? S kojim se financijskim i tehnološkim preprekama suočavaju mediji u doba hiperprodukcije sadržaja?



Ovo su samo neka od pitanja na koja će odgovoriti ovogodišnji **Dani komunikacija**, koji će se u svom će **desetom izdanju** u Rovinju od **11. do 14. travnja 2024. godine** po prvi puta održati u **četiri festivalske dvorane**. Raspored ovogodišnjeg festivala već je objavljen, a neki od sadržaja izdvojeni su u nastavku.

[DK SPOTLIGHT] SECRETS OF THE EDITOR’S PICK

Želite li doznati tko ili što upravlja uredničkim odlukama, mogu li i koliko biti objektivni te posebice koliki je utjecaj gledatelja ili čitatelja te *clickbait*-ova, moći ćete to učiniti na **Danima komunikacija**. Otkrit će se je li urednički rad uglavnom određen formatom, vlasništvom, politikom ili oglašivačima te zašto nove generacije ne vjeruju medijima i urednicima. O ovim temama razgovarat će **Damir Ciglar** (*designated driver*, Imago Ogilvy; član **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) i **Boris Trupčević** (konzultant, TNT Media Lab) u intrigantnom segmentu *[DK SPOTLIGHT] Secrets of the Editor’s Pick*.

SUPER ELECTION FEVER BY CROATIAN PUBLIC RELATIONS ASSOCIATION (HUOJ)

Parlamentarni, europski i predsjednički izbori 2024. godine i lokalni izbori 2025. godine svakako su izazvali glasačku groznicu u Hrvatskoj i postali glavna tema u medijima i javnosti, a sa sobom donose političke kampanje. **Unijetna inteligencija, provjeravanje činjenica, društvene mreže i manipulacija** su samo neki od koncepata s kojima se suočavaju PR stručnjaci, a svoje će iskustvo na panelu Hrvatske **udruge** za odnose s javnošću (HUOJ) podijeliti **Bojana Božanić** (CEO, Lider Media; članica IAB-a **Croatia**), **Nina Išek Medugorac** (izvršna direktorica, Val grupa; članica **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) i moderator **Kristijan Sedak** (HUOJ, poslijedoktorand, Hrvatsko katoličko sveučilište, predavač, Unijetnost komunikacije).

PURSUIT OF AUTHENTICITY: GOING NATIVE

Native oglašavanje posljednjih je godina zauzelo važnu poziciju na tržištu, a glavna mu je odrednica zanimljiv i relevantan sadržaj koji uspješno privlači pažnju i lojalnost. Raspravom će se otkriti koja je **granica između uredničkog sadržaja i promotivnog materijala** koji može dovesti do zavaravanja potrošača. Iskusni panelisti **Ema Huskić** (voditeljica marketinga, Mastercard; članica IAB-a **Croatia**), **Dina Hrastović** (voditeljica TG Studija, Telegram Media Grupa) i **Martina Smec** (direktor Sektora za promociju i oglašavanje Hrvatske turističke zajednice) pod moderatorskim vodstvom **Krešimira Macana** (savjetnik za poslovanje i komunikacije, Manjigura; član **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) otkrit će kako native oglašavanje zaista utječe na iskustvo potrošača te na koje načine odražava težnju industrije za autentičnošću.

PR 2030: THE UNRAVELING OF PUBLIC RELATIONS

Svijet odnosa s javnošću je posljednjih godina preplavljen novim tehnologijama, inovativnim trendovima i progresivnim strategijama, što neminovno dovodi do velikih promjena u ovom dinamičnom području. U razgovoru **PR 2030: The Unraveling of Public Relations** moderatorici **Ankici Manić** (vlasnica, Agencija IMC; članica **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) pridružit će se **Dunja Bua Maričević** (osnivačica i CEO, Pragma komunikacije; članica **HURA**-e i IAB-a **Croatia**), **Vladimir Preselj** (CEO, Millenium promocija; član **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) i **Sanja Petek Mujačić** (CEO i partnerica, Hauska & Partner; članica **HURA**-e i IAB-a **Croatia**), gdje će zajedno zaviriti u budućnost PR-a i otkriti vide li oni **virtualne press konferencije, priopćenja koja je napisao AI i influencers** kao realnost u 2030. godini te hoće li krizno komuniciranje uz pomoć AI-ja ikada zaista zaživjeti.

DIGITAL DIALECTICS: LOCAL VS. GLOBAL SUBSCRIPTION TRENDS POWERED BY HUDI

Ključna uloga medija u pružanju pouzdanih informacija prepoznata je u različitim globalnim izazovima, uključujući zabrinutost za ljudska prava, nastavak ratova i ekonomske promjene. Dolazak generativne unijetne inteligencije dodatno je transformirao novinarsku industriju, označivši značajnu promjenu tehnologije. Otkrit će se s **kojim se financijskim i tehnološkim preprekama suočavaju mediji** i što za njihovu budućnost znači uvođenje digitalnih pretplata. S posebnim naglaskom na digitalnu strategiju, svoje će iskustvo podijeliti predstavnici HUDI-ja **Maja Maldini** (PhD, Senior Manager, Operations and Knowledge Management, WAN-IFRA Women in News, HUDI Digital subscription Taskforce Member) i **Vanja Prahic** (direktor digitalnog razvoja i izvedbe, 24sata, HUDI Digital Subscription Taskforce President), a ulogu moderatora preuzet će **Matej Lončarić** (glavni direktor digitalnog poslovanja, CME Adria, predsjednik HUDI-ja).

Svi **kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori** koji se i ove godine žele naći u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera informacije o sudjelovanju mogu pronaći na sljedećoj [poveznici](#).