



profitiraj.hr



Objavljen novi sveučilišni marketinški udžbenik – prvi u 20 godina, a donosi baš sve što suvremeni profesionalci trebaju

Kako izgleda suvremena marketinška komunikacija u doba algoritama, ubrzanih promjena i sve zahtjevnijih potrošača? Odgovor na to – i brojna druga ključna pitanja – donosi **novi sveučilišni udžbenik *Marketinška komunikacija***. Upravo izdani udžbenik potpisuju prof. dr. sc. **Ana Tkalac Verčić**, prof. dr. sc. **Ružica Brečić** i dr. sc. **Anja Špoljarić** uz suizdavače Ekonomski fakultet u Zagrebu te **Hrvatsku udrugu društava za tržišno komuniciranje (HURA-u)**. **Svečana promocija udžbenika održat će se 1. listopada 2025. u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu**, s okupljanjem od 17 sati i početkom programa u 17:30.

Ova knjiga važan je doprinos obrazovanju stručnjaka za tržišne komunikacije u Hrvatskoj, posebno zato što je **od izdavanja posljednje knjige takvoga sadržaja prošlo više od dva desetljeća**. Uz pregled suvremenih teorijskih pristupa, vrijednost udžbenika leži i u bogatom izboru studija slučaja – marketinških projekata agencija članica **HURA-e** nagrađivanih na prestižnim međunarodnim natjecanjima poput Cannes Lionsa, kao i na nacionalnim natjecanjima – koje konkretnim primjerima uspješnih marketinških projekata oslikavaju najbolje prakse komunikacija u Hrvatskoj, ali i šire.

„Ova je knjiga nastala iz stvarne potrebe – u svakodnevnom radu sa studentima i profesionalcima uočavale smo nedostatak suvremenog, cjelovitog i lokalno prilagođenog udžbenika marketinške komunikacije. Vjerujemo da će ovaj udžbenik poslužiti kao čvrst temelj budućim generacijama stručnjaka, ali i kao most između akademskog znanja i prakse. Posebno nam je važno što knjiga uključuje najbolje domaće primjere, jer vjerujemo da hrvatska komunikacijska praksa ima puno toga za ponuditi – ne samo u obrazovanju nego i u oblikovanju vlastitog profesionalnog identiteta“, izjavila je prof. dr. sc. **Ana Tkalac Verčić**, jedna od autorica knjige.

Marketinška komunikacija srce je svake uspješne poslovne priče, a ova knjiga pruža konkretan i inspirativan pogled na uspjehe hrvatskih agencija, služeći kao vrijedan izvor znanja za sadašnje i buduće profesionalce. Uz razgovor o udžbeniku, na promociji će **u dinamičnom slijedu stoga biti predstavljeni i nagrađivani projekti komunikacijskih agencija** zastupljenih u njemu. Događaj će tako biti prilika za okupljanje akademske zajednice, marketinških profesionalaca i studenata, uz razmjenu znanja i inspiracije koja će oblikovati budućnost struke.

„Knjiga omogućuje studentima, ali i mnogima drugima, razumijevanje složenosti marketinške komunikacije. Agencije **HURA**-e i naša zajednica ne samo da stvaraju uspješne brendove već i pridonose razvoju gospodarstva, društva i kulture. Ovim udžbenikom želimo studentima i budućim profesionalcima pružiti inspirativne primjere i praksu koji pomiču granice kreativnosti i učinkovitosti“, poručila je **Dunja Ivana Ballon**, izvršna direktorica **HURA**-e, krovne **udruge** koja okuplja vodeće komunikacijske agencije u Hrvatskoj, koje predstavljaju 80% ukupnih oglašivačkih budžeta.

Ovim projektom otvara se novo poglavlje u obrazovanju i povezivanju akademske i profesionalne zajednice, stvarajući čvrste temelje za još snažniju i inovativniju budućnost tržišnih komunikacija u Hrvatskoj.

Svi zainteresirani pozvani su pridružiti se na promociji knjige u zagrebačkom MSU-u 1. listopada od 17 sati, a više informacija o radu komunikacijskih agencija pronađite na službenim stranicama [HURA-e](#).