

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

Novi sveučilišni udžbenik Marketinška komunikacija autorica Ane Tkalac Verčić, Ružice Brečić i Anje Špoljarić – koji, uz suizdavače Ekonomski fakultet u Zagrebu i Hrvatsku udrugu društava za tržišno komuniciranje (HURA-u), spaja teoriju i najinovativnije domaće prakse – bit će predstavljen 1. listopada u zagrebačkom MSU-u.

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.

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalno natjecanje reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr