

- 2014A01 Helsingin Sanomien verkkokeskustelut suomalaisen julkison pelastajana
- 2014B02 Kriittinen diskurssianalyysi ympäristövastuun ilmaisukeinoista. Millaisena ympäristönsuojelijana The Body Shop -kosmetiikkayritys esittää itsensä kotisivuillaan?
- 2014H03 Sosiaalisen median yrityksen viestintä sen omassa palvelussa. Tarkastelussa kuvanjakopalvelu Instagram
- 2014H04 Diskurssianalyysi elokuvien seksismiluokituksen käyttöönottoa koskevista keskusteluista
- 2014K05 Asiakaslehden tärkeimmät tehtävät ja niiden toteutuminen pankkien asiakaslehdissä
- 2014K06 Itkusta huippusuorituksiin. Sukupuoliroolit Aamulehden taitoluistelua käsittelevissä jutuissa
- 2014K07 Energista ja värikästä muodin kuvaamista. Semioottinen kuva-analyysi United Colors of Benettonin kampanjakuvista
- 2014K08 Sijoittajaviestintä sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa kahden suomalaisyrityksen sijoittajaviestintä Twitterissä
- 2014L09 Julkisuuden henkilöiden tuomitseminen uutiskomentoinnissa. Moraalinen argumentointi Oscar Pistoriuksen tapauksessa
- 2014L10 "Miten onnellisen munan perässä sinä juokset?" Retorinen analyysi Safkatutkan Facebook-statuspäivityksistä
- 2014L12 Timmi, vahva ja hyvinvoiva. Naisrepresentaatiot kahden suomalaisen liikuntalehden kansikuvissa
- 2014L13 "Pitkällä tähtäimellä maksullisuus on laadukkaan sisällön tae". Kahden sanomalehden perustelut maksulliselle verkkosisällölle
- 2014M14 Kahvila kuvissa ja mielessä. Case: Starbucks Instagrammissa
- 2014M15 Organisaation viestintästrategian toteutuminen Facebook- ja Twitter-päivityksissä. Tarkastelussa Suomen Partiolaiset ry
- 2014N16 "Pullistit ovat kuin alkoholisteja". Retorinen analyysi Antti Heikkilän blogikirjoituksista
- 2014N17 "Rikoksesta epäilty on kuollut." Diskurssianalyysi perhesurmien uutisoinnista Iltalehden verkkosivuilla
- 2014P18 Naisjalkapallon asema urheilu-uutisoinnissa. Vertailu Ilta-Sanomien jalkapallouutisista

- 2014R19 "Leposijallasi palavat kynttilät". Metafora-analyysi Sytytä kynttilä -verkkosivuston muistoteksteistä
- 2014R20 Siirtomuotoisuuden toteutuminen digitaalisessa keräilykorttipelissä Hearthstone: Heroes of Warcraft
- 2014S21 Tosi-television piirteet League of Legends live-streameissa sekä suosion syyt
- 2014S22 Kriisiviestintäsuunnitelman malli energiayrityksen ulkoiseen viestintään
- 2014S23 Valtionhallinnon kansalaisviestintä kansainvälisen häiriötilanteen aikana – viestintävälineenä mikroblogipalvelu Twitter
- 2014S25 Yhteisöllisyys MyCosmo-sivustolla
- 2014S26 Verkkokatalogisivuston käytettävyyden arviointi. Tarkastelussa www.cubus.com/en/
- 2014T27 Organisaatio sosiaalisessa mediassa: Näkökulmia markkinointiviestinnän suorituskyvyn mittaamiseen
- 2014T29 Arvokkaat kuvat. Organisaation arvojen ilmentyminen visuaalisessa verkkoviestinnässä
- 2014V30 Hakusanamainonta eteläpohjalaisissa pk-yrityksissä
- 2014V31 Juhani Tamminen – asiaa vai viihdettä? Tarkastelussa henkilöä koskevien artikkeleiden aihealueet, sekä näissä esiintyvä nimeäminen. CASE – Iltalehti.fi
- 2014V32 Digitaalinen identiteetti ja representaatio. Tarkastelussa virtuaalimaailma Second Life
- 2014Y33 Tilausvideopalvelun hakuohjelman käytettävyytutkimus PC- ja mobiilisovelluksissa. Case Netflix
- 2014Ö34 Menestyksen vaikutus tuotesijoitteluun Vain elämää -ohjelmassa