

2018A01	Yritysviestinnän vakuuttamiskeinot sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa hyönteisruokayrityksen Facebook-sivu
2018H02	Varusmiespalveluksen merkitykset Puolustusvoimien viestinnässä. Tarkastelussa Kaartin jääkäriyrykmentin alokaskirje
2018H03	"This planet is my home". Vastuullisuuden ilmentyminen Nesteen videomarkkinoinnissa
2018J04	Yrityskansalainen kantaaottavana yhteiskunnan jäsenenä. Helsinki Pride 2017 kolmen yrityksen Twitter-viestinnässä
2018J05	Urheilujournalismi sankaritarinoiden luoja. Tarkastelussa Ilta-Sanomien Lauri Markkasta koskeva uutisointi koripallon EM-kilpailujen 2017 ajalta
2018J06	Turun kaupungin vahvistava retoriikka Turun puukotusten jälkeen
2018K07	Presidenttiehdokkaan vaikuttamisen keinot. Tarkastelussa Matti Vanhasen puhe
2018K08	Uskallatko olla oma itsesi? Henkilöbrändi-identiteetin rakentuminen lifestyle-blogeissa
2018K09	Terveysjournalismi verkossa. Tarkastelussa diabetes Iltasanomat.fi-sivuston artikkeleissa
2018K10	Kuntaorganisaation imagon rakentuminen sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa retoriikka Kokkolan kaupungin Twitter-profiilissa
2018K11	Sote-uudistuksen diskurssit julkisen sektorin verkkosivustoilla
2018K12	Jihadistijärjestö Isisin propagandaelokuvan Eid Greetings from the Land of Khilafah temaattinen analyysi
2018K13	Retoriset vaikutuskeinot yrityksen markkinointiviestinnässä. Tarkastelussa Valion Mifua koskevat artikkelit
2018K14	Vakuuttavaa vastuullisuusviestintää somessa – Tarkastelussa Kulta Katriinan Facebook-päivitysten retoriikka
2018K15	Suomenkielisten valeuutisten ominaispiirteet. Tarkastelussa MV-lehti ja Magneettimedia
2018K16	Julkisen organisaation tekninen viestintä sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa Kelan YouTube-kanavan ohjevideot
2018L17	"Kaikki konfliktit voidaan ratkaista, jos vaan tahtoa löytyy." Analyysi Crisis Management Initiativen Facebook-päivitysten retoriikasta

2018L18	Yliopistojen markkinointi sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa suomalaisten yliopistojen Facebook-päivitykset
2018M19	Sosiaalisten luettelointisivustojen käytettävyys nuorten aikuisten näkökulmasta. Tarkastelussa Goodreads-sivusto
2018M20	Ilmastonmuutos: Todellinen uhka vai keksitty myytti? Tarkastelussa Donald Trumpin Twitter-päivitykset
2018M21	Tarinankerronta digitaalisissa peleissä – Tarkastelun kohteena Mass Effect -trilogia
2018N22	Mitä valeutisointi on? Vertailussa valtamedia, satiiri ja vastamedia
2018N23	Henkilöbrändin muodostuminen sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa Negin Mirsalehin Instagram- ja YouTube-tilit
2018N24	EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen (GDPR) vaikutukset yritysten asiakas- ja sijoittajaviestintään
2018N25	Symbolisten merkitysten rakentuminen yrityksen markkinointivideoissa. Tarkastelussa lifestyle-yritys Balmuir
2018P26	Sosiaalisen median hyödyntäminen kriisiviestinnässä. Tarkastelussa ulkoministeriön Facebook-sivu
2018P27	Paatos kosmetiikkayritysten markkinointiviestinnässä ja muotiblogeissa
2018S29	Feministisiin liikkeisiin liittyvä negatiivisuus: Tarkastelussa Me Too -kampanjan herättämä keskustelu
2018S30	Puhelinmyyjästä myyntineuvottelijaksi: työpaikkailmoitusten retoriset keinot
2018S32	Ammattibloggaajan henkilöbrändäys Instagramissa. Tarkastelussa Jenni Rotosen Instagram-kuvat
2018T33	Diskurssit Iltalehden verkkosivuston narsismia koskevissa uutisotsikoissa
2018T34	Kriisiviestintä Twitterissä – kansalaiset merkitysten rakentajina. Tarkastelussa kansalaisten Twitterin käyttö Manchesterin terrori-iskun aikana
2018T35	" Missä #moraali? #luottamus? " Argumentaatioanalyysi poliittisista Twitter-kommenteista
2018T36	Asenteiden ilmeneminen keskustelupalstalla. Tarkastelussa Demi.fi-palvelun keskustelu hormonittomasta ehkäisystä
2018V37	Huumorin keinot meemeissä. Tarkastelussa Evil Kermit

2018V38 Musiikkifestivaalin brändin heijastuminen Instagramin visuaalisen sisällön kautta.
Tarkastelussa Flow Festival ja Tuska