



**Filozofski fakultet**

**NASTAVNI PROGRAM**

**PREDDIPLOMSKOG I DIPLOMSKOG  
STUDIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU**



Mostar, 2018.

Preddiplomski sveučilišni studij

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Komunikologija</b>			Kod kolegija	FFOJB101
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	6	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente sa temeljnim kategorijama predmeta komunikoloških istraživanja, koje su neophodne za razumijevanje i analizu komunikacijskih procesa u njihovim brojnim oblicima;</li> <li>- objasniti elemente, modele i vrste komunikacijskih procesa;</li> <li>- prezentirati sličnosti i razlike između interpersonalne komunikacije, komunikacije u malim grupama do međunarodne komunikacije te komunikacije putem masovnih medija;</li> <li>- dovesti u vezu odnos između masovnih medija i društvenih procesa;</li> <li>- objasniti povezanosti suvremene komunikologije, novinarstva, odnosa s javnošću i medija u današnjem društvu.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija student/ica će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati osnovne komunikološke termine, elemente komunikacijskog procesa, razine komunikacije;</li> <li>- arumentirati međuovisnost komunikacije na dvije razine (interpersonalna/masovna);</li> <li>- klasificirati usvojenu terminologiju i komunikološke procese, teorijske tradicije: prijenos i ritual (teorija informacije, teorije komunikacije); strukturu i fenomenologiju komunikacije: korisnost i granice komunikacijskih modela te modele odabira vijesti;</li> <li>- usporediti specifičnosti komuniciranja, sustave značenja i proces komunikacije;</li> <li>- vrednovati praktičnu primjenu naučenog kroz tehnologije, medije i javne nastupe;</li> <li>- razviti kritičku percepciju o utjecaju masovne komunikacije na recipijente.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnovi elementi komuniciranja</li> <li>- Definicija znanosti o medijima (komunikologiji)</li> <li>- Verbalna komunikacija</li> <li>- Neverbalna komunikacija</li> <li>- Modeli interpersonalne komunikacije</li> <li>- Masovna komunikacija</li> <li>- Razvoj znanosti o medijima</li> <li>- Funkcije masovnih medija</li> <li>- Novinarstvo kao zanimanje</li> <li>- Razvoj istraživanja o utjecaju medija</li> <li>- Izbor vijesti: Istraživanje funkcije „vratara”</li> <li>- Izbor vijesti. Teorije vrijednosti vijesti</li> <li>- Framing koncept</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pojam utjecaja (svojstva komunikatora, svojstva poruke, svojstva recipijenta, socijalni kontekst)</li> <li>- Masovni mediji i interpersonalna komunikacija</li> <li>- Postavljanje agende</li> <li>- Međunarodna komunikacija.</li> </ul>		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni završni ispit	45	1,5	Max 30% dva kolokvija, 2x15%
Završni usmeni ispit	45	1,5	Max 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KUNCZIK, M., ZIPFEL, A., <i>Uvod u publicističku znanost i komunikologiju</i>, Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb, 2006..</li> <li>- SKOKO, Iko, <i>Specifičnost Mojsijeva, Budina, Konfucijeva, Isusova i Muhamedova komuniciranja</i>, Filozofski fakultet, Mostar, 2008. (odabrana poglavlja).</li> </ul>		

<b>Naziv kolegija</b>	<b>Osnove upravljanja</b>			Kod kolegija	FFOJB102
<b>Studijski program Ciklus</b>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<b>ECTS vrijednost boda:</b>	4	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+s+v)	30+15+0
<b>Status kolegija:</b>	Obvezni	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b>Ciljevi kolegija:</b>	Cilj kolegija je: Upoznati studente s osnovama upravljanja i okvirima za organizirano znanje o upravljanju kao prijeko potrebi svake organizacije.				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	<p>Nakon odslušanoga kolegija student/ica će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezentirati važnost modela planiranja, organiziranja i odlučivanja,</li> <li>- primijeniti vještine rada s drugima, timski rad, vještine komuniciranja,</li> <li>- argumentirati važnost primjene organiziranog znanja o upravljanju u praksi,</li> <li>- koristiti osnovne funkcije upravljanja u praksi,</li> <li>- kreirati i implementirati osnovne modele upravljanja u organizacijskom sustavu.</li> </ul>				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	<p>Uvodno predavanje, potreba i priroda upravljanja. Osnovne teorije upravljanja. Različite definicije i pristupi upravljanja. Značajke upravljanja, stupanj njihove bitnosti, menadžer i menadžerske vještine upravljanja. Klasičan pristup upravljanju, načela i pravila u upravljanju. Biheveristički i znanstveni pristup upravljanju, tehnike i metode u upravljanju. Sustavni pristup upravljanju, opći model upravljanja. Suvremeni pristup upravljanju, učešća u organizaciji. Okolina, etika i društvena odgovornost, okvir za organiziranje znanja o upravljanju. Funkcije upravljanja. Planiranje. (priroda i svrha planiranja, ciljevi, predviđanje, strategija i strategijsko planiranje i donošenje odluka). Organiziranje (priroda organiziranja, oblikovanje organizacijske strukture, ekonomski odnosi). Kadrovske popunjavanje (pronalaženje i izbor kadrova, obuka kadrova, radni odnosi). Vođenje (pristupi vođenju, motivacija, vodstvo, interpersonalni odnosi, komunikacije). Kontroliranje priroda kontroliranja, metode i tehnike kontrole.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>		<b>UDIO U OCJENI</b>	
Sudjelovanje i aktivnosti u nastavi	45	1,5		Max 20 %	
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5		Max. 20 %	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	30	1,0		Max. 30 %	
Završni (usmeni) ispit	30	1,0		Max. 30 %	
<b>Obvezna literatura:</b>	<p>KOONTZ, H., <i>Menadžment</i>, X. izdanje, MATE, Zagreb, 1998. BUBLE, M., <i>Management</i>, Ekonomski fakultet Split, Split, 2000.</p>				

<b>Naziv kolegija</b>	<b>Informatika</b>			Kod kolegija	FFOJB103
<b>Studijski program Ciklus</b>	Preddiplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<b>ECTS vrijednost boda:</b>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<b>Status kolegija:</b>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b>Ciljevi kolegija:</b>	Cilj kolegija je pomoći studentima da primjenom suvremene informatičke tehnologije odgovore izazovima novog digitalnog doba. Postavljeni ciljevi će se realizirati putem upoznavanja s razvojem osobnih računala. Studenti će steći potrebna znanja o temeljnim komponentama suvremenih osobnih računala te o potrebnoj programskoj potpori. Pored upoznavanja s tehnologijom korisnik-poslužitelj, studenti će se upoznati s dizajniranjem informacijskih sustava i s bazama podataka. Poseban naglasak će biti na ovladavanju vještinama praktične primjene potrebnih aplikativnih softvera.				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	Svladavanjem programa ovog kolegija studenti će: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ovladati temeljnim informatičkim pojmovima,</li> <li>- naučiti osnovne komponente osobnih računala,</li> <li>- upoznati programsku potporu osobnih računala</li> <li>- upoznati se s projektiranjem IS-a,</li> <li>- steći potrebna znanja o bazama podataka.</li> </ul>				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	Računala današnjice; Tijek razvoja; Generacije računala; Računalni sustavi; Operativni sustavi; Aplikacijski softver; Temeljne komponente računala; Client-server tehnologija; Baze podataka; Informacijski sustavi; generacije programskih jezika; Umjetna inteligencija i ekspertni sustavi.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i aktivnosti u nastavi	45	1,5	0%		
Samostalni rad	30	1	20%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	45	1,5	40%		
Završni usmeni ispit	30	1	40%		
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Putica, Marija: informatika, Filozofski fakultet Sveučilišta u mostaru, Mostar, 2017.</li> <li>- Šimović,V., Matetić,F.,Afrić,W.: Osnove informatike, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2010.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Znanstvena metodologija</b>			Kod kolegija	FFOJB104
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	15+0+15
<i>Status kolegija:</i>	Obvezni	<i>Preduvjeti:</i>		<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati temeljne značajke znanosti</li> <li>- Klasificirati znanost kroz znanstvena polja i područja</li> <li>- Definirati vrste pisanih radova na visokim učilištima</li> <li>- Suprotstaviti razne načine citiranja i pisanja pozivnih bilješki</li> <li>- Opisati znanstvena, znanstveno-stručna te stručna djela</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija student će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nabrojati znanstvena polja, područja, grane i ogranke suvremene znanosti</li> <li>- Usporediti razne vrste znanstvenih i stručnih djela</li> <li>- Objasniti različite vrste radova pisanih na visokim učilištima</li> <li>- Napisati seminarski rad prema metodološkim pravilima</li> <li>- Primijeniti razne načine pisanja pozivnih bilježaka</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvodne teme</li> <li>• Opće određenje znanosti</li> <li>• Klasifikacija znanosti</li> <li>• Temeljne i razvojne značajke znanosti</li> <li>• Opća metodologija</li> <li>• Znanstvena djela</li> <li>• Znanstvenostručna djela</li> <li>• Stručna djela</li> <li>• Pismeni radovi na visokim učilištima</li> <li>• Tehnologija znanstvenoga istraživanja</li> <li>• Pisanje i tehnička obradba teksta</li> <li>• Pisanje pozivnih bilježaka po europskome sustavu</li> <li>• Pisanje pozivnih bilježaka po američkome sustavu</li> <li>• Jezična i stilska obradba rukopisa</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Prisutnost i aktivnost na nastavi	30	1	Max 10%		
Seminarski rad (pismeni)	60	2	Max 30%		
Završni ispit (pismeni)	30	1	Max 30%		
Završni ispit (usmeni)	30	1	Min 30%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MUSIĆ, I., <i>Znanstvena metodologija</i>, skripta, Mostar, 2006., str. 1.-92.</li> <li>- ZELENKA, R., <i>Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela</i>, IV. izdanje, Rijeka, Ekonomski fakultet u Rijeci, 2000., str. 41.-97., 179.-306., 411.-560.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Engleski jezik I</b>			Kod kolegija	FFENB109
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	3	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+s+v)	15+0+30
<i>Status kolegija:</i>	D	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osposobiti studente samostalnom praćenju i razumijevanju pisanog i govornog engleskog jezika;</li> <li>• Objasniti studentima pravilno korištenje gramatičkih konstrukcija engleskog jezika;</li> <li>• Proširiti i obogatiti vokabular engleskog jezika kod studenata, s naglaskom na terminologiju vezanu uz struku;</li> <li>• Potaknuti i pripremiti studente na samostalno istraživanje, čitanje i prevođenje različitih vrsta tekstova na engleskom i hrvatskom jeziku vezanim uz struku;</li> <li>• Potaknuti studente na samostalno slušanje, čitanje i gledanje izvornih medija na engleskom jeziku.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon što odslušaju ovaj kolegij, studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prepoznati i pravilno koristiti određenogramatičke konstrukcije engleskog jezika;</li> <li>• Upotrijebiti određene gramatičke konstrukcije engleskog jezika kako bi samostalno čitali i prevodili različite stručne tekstove;</li> <li>• Koristiti prošireni vokabular na osnovu pročitanih i prevedenih tekstova odrađenih tijekom predavanja i vježbi;</li> <li>• Sporazumijevati se tečno na engleskom jeziku (predstaviti se, govoriti o svom životu, poslu itd.)</li> <li>• Planirati i pisati razne vrste pisanih zadataka vezanih uz struku (medijske vijesti, priopćenja za javnost, internetskih članaka itd.)</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gramatičke jedinice (sustavno izlaganje, utvrđivanje i jezične vježbe).</li> <li>- Prevođenje (interaktivna nastava, sudjelovanje studenata, diskusija).</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	30	1			
Aktivno sudjelovanje u nastavi	6	0,25	10%		
Kolokvij i priprema za kontinuiranu provjeru znanja	15	0,75	20%		
Završni ispit	25	1	70%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FILIPOVIĆ., R., <i>An outline of English grammar</i>, Školska knjiga, Zagreb, 2005.</li> <li>- Dvije kolekcije izvornih tekstova na engleskom: <i>Skripta 1 i Skripta 2</i></li> <li>- <i>English for Academia</i>, Cambridge University Press (u pripremi)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Njemački jezik 1</b>			Kod kolegija	FFNJB109
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	3	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	0+30+0
<i>Status kolegija:</i>	izborni (D)	<i>Preduvjeti:</i>	predznanje njemačkog jezika na razini A2 ZEROJ-a	<i>Usporedni uvjeti:</i>	-
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <p>Osposobiti studente za komunikaciju u svakodnevnim životnim situacijama. Razviti kod studenata komunikacijsku vještinu na razini A2/B1 prema Zajedničkom europskom referentnom okviru za jezike (ZEROJ).</p> <p>Osposobiti studente za razumijevanje i interpretaciju tekstova koji se bave temama iz njihove svakodnevnice, ali i tekstovima koji obrađuju tematiku njihovog studija.</p> <p>Upoznati studente s reprezentativnim sadržajima koji se odnose na poznavanje kulture i civilizacije zemalja njemačkog govornog područja, ali i Europe.</p> <p>Upoznati studente s osnovnim informacijama vezanim za političke, povijesne i zemljopisne činjenice o Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj, te Europskoj uniji.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon što odslušaju i polože kolegij, studenti će znati/moći:</p> <p>voditi razgovor tijekom uobičajenih i običnih poslova, koji se svode na razmjenu jednostavnih i direktnih informacija o svakodnevnim i poznatim stvarima;</p> <p>samostalno definirati osobine neke pojave/ objekta;</p> <p>obrazložiti svoje mišljenje i stavove o nekoj temi iz svakodnevnog života;</p> <p>prepoznati glavne misli jasnog, standardnog razgovora na poznate teme s kojima se redovito susreće na poslu, u javnosti, u slobodno vrijeme itd.;</p> <p>proizvesti jednostavan vezani tekst na poznatu temu;</p> <p>koristiti medije i informacijskokomunikacijske tehnologije na njemačkom jeziku;</p> <p>razlikovati proste i složene rečenice složenog gramatičkog oblika;</p> <p>tumačiti međukulturalne razlike;</p> <p>koristiti uobičajene norme razgovora sa pripadnicima drugih kultura.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Ponavljanje i dodatno uvježbavanje osnovnih gramatičkih struktura u njemačkom jeziku; ponavljanje osnovnog (već usvojenog) vokabulara; razvijanje komunikacijskih vještina (predstavljanje, pozdravljanje, telefonski razgovor, „small talk“ i sl.); upoznavanje s osnovnim podatcima o zemljama njemačkog govornog područja (položaj, ustroj države, povijest) kao i položaj unutar Europske unije. Razvijanje</p>				



	pismene kompetencije u njemačkom jeziku (pisanje eseja na zadanu temu, pisanje kraćih komentara, priopćenja i sl.).		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Sudjelovanje na nastavi	30	1	Max 10 %
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ILI* Završni pismeni ispit	30	1	Max 40 %
Završni usmeni ispit	30	1	Max 50 %
<b>Obvezna literatura:</b>	GAIDOSCH, U., MÜLLER, C., <i>Zur Orientierung</i> , Hueber Verlag, Ismaning, 2010. (odabrana poglavlja) HERING, A., MATUSSEK, M., <i>Geschäftskommunikation, Schreiben und Telefonieren</i> , Max Hueber Verlag, Ismaning, 2003. (odabrana poglavlja) KUHNE, B., <i>Grundwissen Deutschland, kurze Texte und Übungen</i> . Iudicium Verlag, München, 2003., (odabrani tekstovi) Stručni materijali i aktualni tekstovi iz njemačkih tiskovina i s interneta.		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Uvod u politologiju</b>			Kod kolegija	FFOJB106
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	Izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su: <ul style="list-style-type: none"> <li>- predstaviti temeljna znanja o političkim idejama i vrijednostima</li> <li>- razviti pretpostavke za opću analizu političkih procesa</li> <li>- razviti sredstva kritičke analize političkih procesa i fenomena</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanog kolegija studenti će znati/moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>- analizirati političke procese suvremenim vokabularom političke znanosti</li> <li>- razlikovati kategorijalni aparat politološke struke u odnosu na srodne društveno-humanističke discipline</li> <li>- opisivati elemente političke sfere preciznim i konvencionalnim terminima</li> <li>- napisati vlastiti kritički osvrt na teme iz svijeta politike</li> <li>- reproducirati retoričke kompetencije u okviru posebnog politološkog diskursa</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Prvi dio kolegija je osmišljen kao u uvod u gradivnu strukturu same politologije. Dakle, bit će riječi o ključnim fenomenima i procesima koji determiniraju karakter političke sfere. Zatim, kratki dio o metodološkim pitanjima politologije kako bi studenti upoznali mnogostrukost pristupa i eksplanacijskih matrica istovjetnih fenomena. Nakon toga slijedi blok koji se bavi suvremenim fenomenima, ali i područjima te pristupima proučavanju kako studenti ne bi ostali zakinuti za najrelevantnije radove, uvide i dosege političke znanosti. Naposljetku je predviđen blok koji se odnosi na upoznavanje studenata s ključnim političkim ideologijama modernoga doba te njihovim suvremenim modifikacijama, izazivačima i sl.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i aktivnost na nastavi	45	1.5	Max. 10%		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max. 20%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	75	2.5	Max. 70%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	- AXFORD, B., - BROWNING, G., - HUGGINS., R., - ROSAMOUND, B., - TUARNER, J., <i>Uvod u politologiju,</i>				

	<p>Politička kultura; Zagreb, 2002.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- HAGUE, R., - HARROP, M., - BRESLIN, S., <i>Komparativna vladavina i politika</i>, FPZ, Zagreb, 2001.</li><li>- HEYWOOD, A., <i>Političke ideologije</i>, Beograd, 2005.</li><li>- ISENSEE, J., „Nauk o tri elementa“, u: <i>Država, ustav, demokracija</i>, Zagreb, 2004.</li><li>- MEYER, M., <i>Uvod u politiku</i>, Zagreb, 2013.</li><li>- WEBER, M., <i>Politika kao poziv</i>, Jesenski Turk, Zagreb, 2006.</li></ul> <p>*Napomena: iz navedenih djela studentima će biti određena poglavlja za ispitnu literaturu u skladu s navedenim opterećenjem</p>
--	--

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Osnove sociologije</b>			Kod kolegija	FFOJB107
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+s+v)	15+15+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su: upoznati studente s društvenim procesima i kompleksnim društvenim kontekstima; objasniti uzročno-posljedičnu vezu između društvenih fenomena i svakodnevnoga života.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanog kolegija studenti će moći: definirati osnovne sociološke pojmove; klasificirati sociološke teorije; objasniti povezanost različitih institucija društvenog života; razlikovati mikrosociološke i makrosociološke procese; vrednovati sve veću složenost i kompleksnost društvenih prilika kao i promjena izazvanih promjenama u sustavima vrijednosti.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociologija kao znanost i metode i tehnike društvenog istraživanja.</li> <li>- Društvena stratifikacija.</li> <li>- Obitelj i kućanstvo.</li> <li>- Obrazovanje.</li> <li>- Spol i rod.</li> <li>- Rasa, etnicitet, nacionalnost.</li> <li>- Moć, politika, država.</li> <li>- Rad, nezaposlenost, dokolica.</li> <li>- Siromaštvo i socijalna isključenost.</li> <li>- Devijantnost (delinkventnost).</li> <li>- Religija.</li> <li>- Kultura i identitet.</li> <li>- Komunikacije i mediji.</li> <li>- Globalizacija.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje nastave i aktivnost na nastavi		45	1,5	Max. 10%	
Esej		45	1,5	Max. 10%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit		60	2	Max. 80%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	GIDDENS, A., <i>Sociologija</i> , Zagreb, 2006. HARALAMBOS, M., - HOLBORN, M., <i>Sociologija</i> , Zagreb, 2002. HAVILAND, W., <i>Kulturna antropologija</i> , Naklada Slap, Jastrebarsko, 2004.				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Uvod u odnose s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJB208
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	6.	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezentirati studentima modele akademskog izučavanja odnosa s javnošću koje pruža studentima optimalno razumijevanje profesije (struke).</li> <li>- upoznati studente s razvojem odnosa s javnošću u svijetu i u regiji, ključnim definicijama odnosa s javnošću, kao i razumijevanju odnosa s javnošću u kontekstu sličnosti i razlika sa srodnim disciplinama (marketing, oglašavanje, propaganda, novinarstvo i dr.).</li> <li>- ukazati na brojna područja primjene odnosa s javnošću kao i na specifičnosti odnosa s javnošću u pojedinim sektorima.</li> <li>- analizirati osnove upravljanja i planiranja suvremenih odnosa s javnošću,</li> <li>- upoznati studente s brojnim tehnikama i alatima odnosa s javnošću.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati ključne teorijske pojmove neophodne za razumijevanje profesije,</li> <li>- razviti kritičku percepciju o mjestu i ulozi odnosa s javnošću kako u znanosti (informacijsko-komunikacijsko polje) tako i u praksi s posebnim naglaskom na odnos i suodnos prema srodnim disciplinama,</li> <li>- definirati osnovne modele odnosa s javnošću i objasniti funkcije odnosa s javnošću,</li> <li>- usporediti specifičnosti sektorskih različitosti,</li> <li>- analizirati praktičnu primjenu naučenih pojmova,</li> <li>- vrednovati koncept primjene planiranih aktivnosti oja u službi interesa organizacije i javnosti,</li> <li>- primjeniti naučeno kao temelj (predznanje) za savladavanjem drugih disciplina odnosa s javnošću.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Odnosi s javnošću komunikacijsko su područje koje se ubrzano razvija posljednja dva desetljeća u regiji. Često se pojam odnosa s javnošću neprecizno koristi u znanstvenoj i stručnoj literaturi, kao i u praksi.</p> <p>Kolegij <i>Uvod u odnose s javnošću</i> temelji se na postavkama suvremenih udžbenika koji izučavaju osnove profesije. Studentima će se ukazati (definirati) pojam profesije, razvoj, funkcije kao i razlika u odnosu na marketing i dr. Poseban naglasak stavit će se na pojam javnost i ciljna javnost, tj. dionike. Studenti će se upoznati s modelima kao i osnovnim teorijama (teorija sustava). Proces upravljanja i planiranja u odnosima s javnošću razmotrit će se na osnovnim načelima (koracima).</p> <p>Značajan dio kolegija posvetit će se specifičnostima odnosa s javnošću</p>				

	u praksi (korporacije, NGO, agencije, osobni odnosi s javnošću, odnosi s društvenom zajednicom, međunarodni odnosi s javnošću i dr.). Također, bit će više tretirano pitanje odnosa s medijima i krizno komuniciranje. U okviru kolegija studenti će slušati i o etici odnosa s javnošću kao i alatima i tehnikama odnosa s javnošću. Teorijski okvir kolegija dodatno će biti ojačan brojnim studijama slučajeva iz svijeta i regije. Nastava će biti kreirana i kroz analizu brojnih studija slučaja (case study).		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	60	2	40%
Usmeni ispit	60	2	40%
<b>Obvezna literatura:</b>	TOMIĆ,Z. <i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i> , Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016.		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Medijski sustavi</b>			Kod kolegija	FFOJB209
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	6	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studenata s medijima i medijskim sustavima;</li> <li>- Ukazati na osnovne funkcije medija i mogućnost uporabe medija u odnosima s javnošću;</li> <li>- Pripremiti studenta za primjerenu uporabu medija u komunikaciji s ciljnim javnostima;</li> <li>- Naučiti studenta razlikama između medijskih institucija;</li> <li>- Upoznati studente sa značenjem medijskog tržišta i medijske politike;</li> <li>- Analizirati utjecaje medijskih sustava na društvena zbivanja;</li> <li>- Pripremiti studente na razumijevanje medijskih prava i sloboda.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati termine medija, medijskih sustava, medijskog tržišta i medijske politike;</li> <li>- Razlikovati liberalne, demokratske korporativne i polarizirane pluralističke modele medijskih sustava;</li> <li>- Razlikovati karakteristike određenih medija i odnos medijskih sustava i podsustava koji ih oblikuju;</li> <li>- Koristiti funkcije medija u komunikaciji s ciljnim javnostima;</li> <li>- Analizirati utjecaje medijskih sustava i medija u različitim društveno - političkim uvjetima;</li> <li>- Objasniti najvažnije medijske teorije;</li> <li>- Nabrojati najvažnije međunarodne dokumente koji uređuju područje medijskih prava i sloboda.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Značenje medija u današnjem društvu.</li> <li>- Medijske organizacije i tehnologije.</li> <li>- Uporaba medija.</li> <li>- Funkcije medija.</li> <li>- Odnos medija i publike.</li> <li>- Medijske institucije: komercijalne i javne; modeli medijskih institucija; javni mediji; neprofitni mediji; lokalni mediji</li> <li>- Medijske teorije.</li> <li>- Medijska politika.</li> <li>- Medijska tržišta.</li> <li>- Medijska profesija u različitim kulturama.</li> <li>- Medijska prava i slobode; pluralizam i osiguranje društvenih ciljeva</li> <li>- Europski medijski sustavi.</li> </ul>				

- Medijski sustav Bosne i Hercegovine.			
Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS- u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	10%
Seminarski rad (pismeni)	45	1,5	10%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	60	2	40%
Usmeni ispit	30	1	40%
<b>Obvezna literatura:</b>	PERUŠKO, Z. (ur.), <i>Uvod u medije</i> , Jesenski Turk, Zagreb, 2011. KUNCZIK, M., ZIPFEL, A., <i>Uvod u znanost o medijima i komunikologiju</i> , Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb, 2006.		



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Osnove marketinga</b>			Kod kolegija	FFOJ B210
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	1.godina
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	<b>5</b>	<i>Semestar</i>	2.semestar	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	<b>Obvezni</b>	<i>Preduvjeti:</i>	Upisana prva godina	<i>Usporedni uvjeti:</i>	
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Cilj kolegija je osigurati usvajanje znanja studenata o osnovnim marketinškim pojmovima s naglaskom na razumijevanje potreba potrošača i ostvarenja dugoročne optimalne dobiti. Sudjelovanjem u obradi različitih poslovnih slučajeva te u marketinškim debatama, studenti se motiviraju na timski rad, ali i osposobljavaju za samostalno oblikovanje i provođenje određenih marketinških aktivnosti.</p> <p>Ključni ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analizirati i definirati osnovne pojmove marketinga,</li> <li>➤ Osposobiti studente za samostalno oblikovanje marketinškog spleta i izradu marketinškog plana,</li> <li>➤ Osposobiti studente za samostalno kreiranje marketinške strategije, njenu implementaciju, kontrolu i reviziju,</li> <li>➤ Osposobiti studente za organizacijsko strukturiranje marketinške poslovne funkcije.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identificirati ključna funkcijska područja marketinga,</li> <li>➤ Analizirati poslovne procese organizacijskog sustava s aspekta implementacije marketinških aktivnosti,</li> <li>➤ Identificirati mjesto i ulogu marketinškog poslovnog procesa u suvremenom tržišnom gospodarstvu,</li> <li>➤ Argumentirati važnost integriranog marketinga za poslovni uspjeh organizacijskog sustava.</li> <li>➤ Argumentirati važnost integrirane marketinške komunikacije i uloge PR za poslovni uspjeh organizacijskog sustava</li> </ul> <p>Nakon odslušanog i položenog kolegija studenti mogu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identificirati, definirati i riješiti probleme iz domene primjene suvremenog marketinga,</li> <li>➤ Opisati proces poslovnog odlučivanja u marketingu,</li> <li>➤ Analizirati tržišno okruženje, primijeniti tehnike i metode istraživanja tržišta,</li> <li>➤ Oblikovati elemente marketinškog spleta te ih prilagoditi specifičnostima tržišnih segmenata,</li> <li>➤ Kreirati i implementirati marketinški plan</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Pojmovno određenje marketinga, teorijske osnove marketinga (načela, ciljevi), okruženje, etika i društvena odgovornost, planiranje marketinških aktivnosti, marketinška strategija, proces istraživanja tržišta, ponašanje potrošača, segmentacija tržišta poslovne i krajnje potrošnje, 4p (proizvod, distribucija, cijena, promocijski splet).Uporaba društvenih mreža u marketinške svrhe. Online</p>				

	<p>marketing i online odnosi s javnošću. Planiranje i kontrola marketinških aktivnosti.</p> <p>Nastava se izvodi kroz prezentacije, predstavljanje i analizu specifične poslovne situacije, Case study.</p> <p>Studentima se tijekom semestra organizira i predavanje gostiju predavača – istaknutih gospodarstvenika i marketinških stručnjaka.</p>		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i angažiranost na nastavi	45	1,5	Max. 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max. 20%
Kolokvij (x2) ili pismeni ispit	75	2,5	Max. 70%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M. (2014) <i>Upravljanje marketingom</i>, Mate, Zagreb,</li> <li>- Bijakšić Martinović, S., Bevanda A., Markić, B. (2014) <i>Marketing i metrika: marketinški splet, podaci i mjerila</i>, HKD Napredak – Glavna podružnica Mostar,</li> <li>- Babić – Hodović, V., Domazet, A., Kurtović, E., (2012), <i>Osnovi marketinga</i>, četvrto izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Jezična kultura</b>			Kod kolegija	FFOJB211
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30p+0+30s
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studente s normama hrvatskoga standardnog jezika: hrvatskom ortografijom i ortoepijom te hrvatskom gramatičkom normom u svim njezinim sastojnicama.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanoga i položenoga kolegija student će znati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati standardni jezik i jezičnu kulturu</li> <li>- definirati standardne jezične norme na svim razinama (pravopisnoj, pravogovornoj, gramatičkoj, leksičkoj i stilističkoj).</li> <li>- služiti se normativnim priručnicima</li> <li>- objasniti razlike između organskih idioma (zavičajnih) i standardnoga jezika.</li> <li>- prepoznati i definirati stilske vrijednosti jezičnih sredstava</li> <li>- kritički vrednovati različite izvore znanja.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Sadržaj kolegija obuhvaća sljedeće sadržaje: uvod u standardni jezik, norme standardnoga jezika, funkcionalni stilovi, stilovi javne komunikacije; normativni priručnici i njihova uporaba; pismeno izražavanje (grafija, ortografija, ortografska norma, načela, pravila i priručnici, oblici pismenog izražavanja); pismene i govorne vježbe (poštivanje gramatičke, leksičke, ortografske i ortoepske norme, dopuštena odstupanja od norma s obzirom na funkcionalne stilove.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>		<b>UDIO U OCJENI</b>	
Pohađanje nastave	60	2		Max 20%	
Ispit na predroku ili pismeni ispit	60	2		Max 50%	
Završni usmeni ispit	1	1		Max 30%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FRANČIĆ, A., HUDEČEK, L., MIHALJEVIĆ, M., <i>Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku</i>, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2005. (odabrana poglavlja).</li> <li>- FRANČIĆ, A., PETROVIĆ, B., <i>Hrvatski jezik i jezična kultura</i>, Visoka škola za poslovanja i upravljanja „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, 2013.</li> <li>- ALERIĆ, M., GAZDIĆ-ALERIĆ, TAMARA, <i>Hrvatski u upotrebi</i>, Profil, Zagreb, 2015.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Engleski jezik II</b>			Kod kolegija	FFENB217
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	3	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+s+v)	15+0+30
<i>Status kolegija:</i>	D	<i>Preduvjeti:</i>	Odslušan Engleski jezik I	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi ovog kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pružiti dublji uvid u pravilno korištenje naprednijih gramatičkih konstrukcija engleskog jezika;</li> <li>• Proširiti i dodatno obogatiti vokabular engleskog jezika kod studenata, s naglaskom na terminologiju vezanu uz struku;</li> <li>• Uvježbati četiri osnovne jezične vještine (čitanje, pisanje, slušanje i govorenje), s posebnim naglaskom na razumijevanju medijskih članaka i na pisanju jednostavnijih tekstova na engleskom jeziku;</li> <li>• Uvježbati tečnost, vještine prezentiranja, javni nastup i govorništvo na engleskom jeziku;</li> <li>• Usvojiti lingvističke i govorne kompetencije i osnove poslovne komunikacije na engleskom jeziku.</li> <li>• Potaknuti studente na samostalno istraživanje i prezentiranje projekta na engleskom jeziku o nekoj društvenoj temi po vlastitom izboru.</li> <li>• Potaknuti studente na samostalno slušanje, čitanje i gledanje složenih izvornih medija na engleskom jeziku.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prepoznati i pravilno koristiti određene napredne gramatičke konstrukcije engleskog jezika;</li> <li>• Održati kraće govore na engleskom jeziku;</li> <li>• Govoriti, prezentirati i raspravljati o nekoj društvenoj temi poštujući jezične zakonitosti engleskog sustava;</li> <li>• Napisati dobro strukturirane i stručne tekstove na engleskom jeziku.</li> <li>• Slušati, čitati i gledati složene izvorne medije na engleskom jeziku.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Sadržaj kolegija:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- predavanja i prezentacije o profesionalnim temama (Odnosi s javnošću, poslovna komunikacija na engleskom jeziku);</li> <li>- rad na projektu (obrada različitih tematskih jedinica iz Odnosa s javnošću);</li> <li>- usmene prezentacije studenata (tema od osobnog interesa).</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	30	1			

Aktivno sudjelovanje u nastavi, aktivnost i diskusija	6	0,25	10%
Projektni zadatak (pismeni, referat, i usmeni dio, prezentacija)	20	0,75	30%
Kolokvij i priprema za kontinuiranu provjeru znanja	0	0	10%
Završni ispit	30	1	50%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COX, K. - HILL, D., <i>EAP Now!: English for Academic Purposes</i>, Longman, Pearson, 2011.</li> <li>- Skripta 1 (nastavni materijali)</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Njemački jezik 2</b>			Kod kolegija	FFNJB216
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	3	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	0+30+0
<i>Status kolegija:</i>	zajednički (D)	<i>Preduvjeti:</i>	položen Njemački jezik 1	<i>Usporedni uvjeti:</i>	-
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <p>Upoznati studente s osnovnim kulturološkim značajkama zemalja u kojima se govori njemački jezik.</p> <p>Osposobiti studente za samostalnu komunikaciju na razini B1/B1+ Zajedničkog europskog referentnog okvira za jezike (ZEROJ).</p> <p>Upoznati studente s primjerenom uporabom pomoćnih sredstava (npr. bilješki, dijagrama, karata) kako bi se razumjeli ili proizveli pisani ili govorni tekstovi (npr. razgovori, upute, intervjui, govori, poslovna pisma, žalbe, blogovi i dr.).</p> <p>Upoznati osnovne karakteristike različitih stilova i registara govornog i pisanog jezika (formalni, neformalni, novinarski, kolokvijalni, itd.)</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon što odslušaju i polože kolegij, studenti će znati/moći:</p> <p>čitati tekstove o praktičnim i značajnim situacijama iz života i struke</p> <p>povezivati informacije iz različitih izvora</p> <p>donositi zaključke na temelju pročitanih i odslušanih tekstova</p> <p>analizirati zavisne i nezavisne rečenice i složene gramatičke oblike</p> <p>koristiti opće i stručne izraze u razgovoru</p> <p>izražavati svoja uvjerenja i stavove</p> <p>birati opće i stručne jezične izraze sastavljajući duže povezane rečenice i jednostavne tekstove standardnih modela iz općih i stručnih oblasti</p> <p>koristiti u komunikaciji autentične i stručne tekstove i oblike: letke, poslovna pisma, CV, prijave za upis i upitnike</p> <p>prezentirati zadanu temu u kojoj će moći i znati iskazati svoje mišljenje, iskustva</p> <p>usporediti situaciju zadane teme sa stanjem u svojoj zemlji.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Globalno i detaljno razumijevanje autentičnih tekstova. Razumijevanje radijskih emisija, telefonskih razgovora i poruka na govornoj pošti. Pisanje referata na zadanu temu. Obrazlaganje svoga mišljenja. Sudjelovanje u raspravama i diskusijama. Prezentiranje zadanih tema. Dogovaranje sastanaka i termina – usmeno i e-mailom.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Sudjelovanje na nastavi	30	1	Max 10 %		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završnim pismeni ispit	30	1	Max 40 %		
Završni usmeni ispit	30	1	Max 50 %		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	GAIDOSCH, U., MÜLLER, C., <i>Zur Orientierung</i> , Hueber Verlag,				

	<p>Ismaning, 2010., (odabrana poglavlja).</p> <p>HERING,A., MATUSSEK, M., <i>Geschäftskommunikation, Schreiben und Telefonieren</i>, Max Hueber Verlag, Ismaning, 2003., (odabrana poglavlja).</p> <p>KUHNE, B., <i>Grundwissen Deutschland, kurze Texte und Übungen</i>. Iudicium Verlag, München, 2003., (odabrani tekstovi).</p> <p>Stručni materijali i aktualni tekstovi iz njemačkih tiskovina i s interneta.</p>
--	---

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Sociologija medija</b>			Kod kolegija	FFOJB213
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	Izborni (B1)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente o povijesti, strukturi, sadržaju, ulozi i utjecaju medija;</li> <li>- dovesti u korelaciju društvo i masovne medije</li> <li>- objasniti način funkcioniranja masovnih medija kao i pitanje odgovornosti pošiljatelja i primatelja poruke.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati masovne medije;</li> <li>- klasificirati faze razvoja masovnih medija;</li> <li>- primijeniti znanja iz oblasti medija i medijske kulture;</li> <li>- razviti potrebne odgovornosti u odnosu na sve veću složenost medija i strukturu medijske publike uključujući i stavove spram mjesta i uloge medija u društvu;</li> <li>- vrednovati ulogu medija u društvu kao nezaobilaznog faktora njegova funkcioniranja.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sociologija kao znanost</li> <li>2. Društvo, kultura, vrijednosti i norme</li> <li>3. Mediji u sklopu modela ponašanja, uloga i utjecaj medija u društvu</li> <li>4. Počeci i razvoj medija</li> <li>5. Osnovne zakonitosti društvenog komuniciranja</li> <li>6. Nastanak i razvoj pisma</li> <li>7. Društveno komuniciranje antičkog svijeta i srednjovjekovnog perioda</li> <li>8. Film, otkriće radiovalova, televizija</li> <li>9. Računalo, internet, novi mediji</li> <li>10. Koncept mase i masovnog</li> <li>11. Različita stanovišta i teorije medija</li> <li>12. Pluralističke i marksističke teorije medija</li> <li>13. Kulturna hegemonija, postmoderna i mediji</li> <li>14. Medijska edukacija</li> </ol>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	U	UDIO U OCJENI	
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5		-	
Samostalni zadaci	15	0,5		Max. 30%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	60	2		Max. 40%	
Završni usmeni ispit	30	1		Min. 30%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	- HARALAMBOS, M., - HOLBORN, M., <i>Sociologija</i> , Zagreb,				



	<p>2002. (odabrana poglavlja)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- HENDERSON, H., <i>Suvremene komunikacije</i>, Zagreb, 2002.</li> <li>- KUNCZIK, M. – ZIPFEL, A., <i>Uvod u komunikologiju</i>, Zagreb, 2006. (odabrana poglavlja)</li> <li>- PELC, M., <i>Pismo, slika, knjiga</i>, Zagreb, 2002. (odabrana poglavlja)</li> <li>- PERUŠKO, Z. <i>Demokracija i mediji</i>, Zagreb, 2002. (odabrana poglavlja)</li> <li>- PERUŠKO, Z. <i>Uvod u medije</i>, Jesenski i Turk, Zagreb, 2011. (odabrana poglavlja)</li> </ul>
--	--

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Uvod u psihologiju</b>			Kod kolegija	FFOJB214
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+30
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<i>Ciljevi kolegija:</i>	Cilj kolegija je upoznati studente sa zakonitostimatemeljnih psihičkih procesa i karakteristika ponašanja ljudi u socijalnoj okolini.				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	<p>Nakon izvršenih obveza, studenti/ce će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- razlikovati znanstvene i ne-znanstvene psihologijske termine;</li> <li>- definirati osnovne pojmove iz područja psihologije;</li> <li>- objasniti zakonitosti prema kojima se odvijaju kognitivni procesi (osjeti, percepcija, pamćenje, učenje);</li> <li>- objasniti novije pristupe inteligenciji, emocijama, motivaciji i ličnosti;</li> <li>- objasniti pojavu konformizma i poslušnosti;</li> <li>- objasniti sastavnice stava i s njim povezane termine;</li> <li>- objasniti persuaziju i s njom povezane pojmove;</li> <li>- opisati osnovu podjelu i najrelevantnije psihičke poremećaje.</li> </ul>				
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psihologija kao znanstvena disciplina.</li> <li>- Suvremeni psihološki pristupi.</li> <li>- Biološka podloga psihičkih procesa i ponašanja.</li> <li>- Senzorni procesi i percepcija.</li> <li>- Pamćenje i učenje.</li> <li>- Kognitivne sposobnosti.</li> <li>- Motivacija i emocije.</li> <li>- Ličnost.</li> <li>- Razvoj pojedinca.</li> <li>- Stavovi i socijalni utjecaj</li> <li>- Stres i suočavanje</li> <li>- Psihički poremećaji</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Prisutnost na nastavi	60	1	0%		
Seminarski rad (usmeni)	20	1,5	Max. 20%		
Predrok ili završni ispit	60	2,5	Max. 80%		
<i>Obvezna literatura:</i>	SMITH, E.E., NOLEN-HOEKSEMA, S., FREDERICKSON, B.L., LOFTUS, G.R., BEM, D.J., MAREN, S. <i>Atkinson/Hilgarduvod u psihologiju</i> . Naklada Slap, Jastrebarsko, 2007.				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Filozofska antropologija i etika</b>			Kod kolegija	FFOJB315
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	definirati osnovno pojmovlje filozofske antropologije i etike upoznati studente s osnovnim filozofskim teorijama o čovjeku upoznati studente s problematikom moralne filozofije objasniti vezu filozofske antropologije i etike prikazati sve relevantne teorije i postavke od grčke filozofske misli do suvremene				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanoga kolegija student/ica će moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>- objasniti osnovne antropološke i etičke pojmove</li> <li>- usporediti filozofska učenja o čovjeku i njegovom djelovanju</li> <li>- usporediti odnos etike i drugih filozofskih disciplina</li> <li>- razviti kritičku percepciju etičkih teorija</li> <li>- argumentirati o ispravnom djelovanju</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Riječ je o kompleksnoj problematici pa je cilj kolegija ponuditi povijesno-filozofsku analizu filozofske antropologije i moralne filozofije. Kolegij će nastojati kontinuirano prikazati sve relevantne teorije i postavke od grčke filozofske misli do suvremene.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i aktivnost u nastavi	45	1,5			
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	Max. 20%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max. 40%		
Usmeni ispit	30	1	Max. 40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FRANKENA, W., <i>Etika</i>, Zagreb, 2000. (odabrana poglavlja).</li> <li>- HAEFFNER, G., <i>Filozofska antropologija</i>, Zagreb, 2004. (odabrana poglavlja).</li> <li>- HOTIMIR, B., <i>Filozofska antropologija</i>, Zagreb, 2001. (odabrana poglavlja).</li> <li>- JUKA, S., <i>Etika-postavke i teorije</i>, Fakultet filozofsko-humanističkih znanosti, Fram-Ziral, Mostar, 2006. (odabrana poglavlja).</li> <li>- KOPREK, I., ČEHOK, I., <i>Uvod u etiku</i>, Zagreb, 1999. (odabrana poglavlja)..</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Politička psihologija</b>			Kod kolegija	FFOJB320
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su: <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studentesa temeljnim teorijskim modelima i najznačajnijim istraživačkim spoznajama iz područja političke psihologije, koja se bavi interakcijom psiholoških i političkih procesa i njihovim utjecajem na političko ponašanje.</li> <li>- upoznati studente s metodologijom empirijskih istraživanja u oblasti političke psihologije</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanog kolegija studenti će znati/moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati političku psihologiju</li> <li>- objasniti psihološke pojmove i teorijske modele različitih aspekata političkog ponašanja</li> <li>- upotrijebiti metodologiju empirijskih istraživanja u oblasti političke psihologije</li> <li>- utvrditi elementarna znanja potrebna za dalja samostalna proučavanja opisanih fenomena</li> <li>- kritički analizirati konkretne socijalne i političke pojave</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Predmet političke psihologije. Osnovni teorijski i metodološki pristupi u proučavanju psihologije socijalnog i političkog ponašanja. Politički stavovi. Psihologija nacionalnog i međunacionalnih odnosa. Ličnost i politika. Psihologija grupe. Psihologija političkog ponašanja. Odlučivanje i konflikti. Psihologija propagande.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Pohađanje nastave	45	1,5	-		
Seminarski rad (usmeni)	15	0,5	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja	30	1	Max 40%		
Završni ispit	30	1	Max 50%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	ŠIBER, I., <i>Osnove političke psihologije</i> , Biblioteka politička kultura, Zagreb, 1998. COTTAM, M., DIETZ-UHLER, B., MASTORS, E., PRESTON, T., <i>Uvod u političku psihologiju</i> . Mate, Zagreb, 2010.				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Javnost i javno mišljenje</b>			Kod kolegija	FFOJB317
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina Studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	15+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Analizirati i definirati pojmove javnosti i javnog mišljenja.</li> <li>-Utvrđiti elemente i modele kreiranja javnog mišljenja te načine ponašanja pojedinih javnosti.</li> <li>-Ukazati na oblike i načine komuniciranja između različitih javnosti te na odnose između masovnih medija i procesa kreiranja javnog mišljenja.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon oslušanog i položenog kolegija, studenti će raspolagati slijedećim sposobnostima:</p> <p>Opće kompetencije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prepoznati i identificirati različite pojmove javnosti i oblike javnog mišljenja,</li> <li>- definirati predmete javnog mišljenja i procijeniti karakteristike javnosti.</li> </ul> <p>Specifične kompetencije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- koristiti tehnike komuniciranja s različitim javnostima,</li> <li>- nabrojati i koristiti medije i kanale komuniciranja u procesu kreiranja javnog mišljenja.</li> <li>- analizirati i sudjelovati u istraživanju javnog mnijenja.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Javnost. Javno mišljenje. Struktura javnog mišljenja. Predmet javnog mišljenja. Iskazivanje stavova. Politička javnost. Javno mišljenje i demokracija. Mediji i kreiranje javnog mišljenja. Odnosi s javnošću i javno mišljenje.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	20%		
Učešće u nastavi i na vježbama, praktičan rad i priprema za provjeru znanja	45	1,5	10%		
Pismeni završni ispit ili dva kolokvija	45	1,5	40%		
Usmeni ispit	45	1,5	30%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	LAMZA POSAVEC.V.,Javno mnijenje, Zagreb, Alinea, 1995.				

	<p>TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću: teorija i praksa</i>, Zagreb-Sarajevo, Synopsis, 2008.</p> <p>LAMZA POSAVEC, V., <i>Mjerenje javnosti : metodologijski i analitički pristupi istraživanju javnoga mnijenja</i>, Zagreb:Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar“ 2015.</p>
--	---

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Elektronički mediji</b>			Kod kolegija	FFOJB318
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	15+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <p>Upoznati studenta s karakteristikama i razvojem elektroničkih medija          Analizirati teorijske postavke o elektroničkoj masovnoj komunikaciji i konceptima medijamorfoze i konvergencije.          Upoznati studenta s karakteristikama i strukturama žanrova u elektroničkim medijima          Pripremiti studenta za ovladavanje vještinama pisanja i kreiranja priloga za elektroničke medije.          Uputiti studenta u praktični odabir odgovarajućeg medija za objavu različitih sadržaja</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <p>Opisati način rada elektroničkih medija          Definirati i razlikovati vrste i specifičnosti elektroničkih medija          Definirati, odrediti ciljanu publiku pojedinih elektroničkih medija          Kreirati, pisati sadržaje za različite elektroničke medije          Organizirati intervjuje za elektroničke medije          Napraviti sinopsis i plan snimanja za priloge u elektroničkim medijima          Sudjelovati u elektroničkoj montaži medijskih sadržaja          Napraviti medijski plan; - planirati ciljane objave ciljanoj publici putem elektroničkih medija          Pratiti utjecaj objavljenih sadržaja na javnost</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <p>Povijest elektroničkih medija          Elektronički mediji i globalno selo          Karakteristike radija          Vidljivo i nevidljivo          Pisanje za radio          Karakteristike televizije          Televizijski žanrovi          Pisanje za televiziju          Televizijski intervju          Televizija i nasilje          Elektronički mediji i zabava          Fičer u elektroničkim mediji          Elektronička komunikacija; stvaranje stereotipa          Konvergencija – elektronički i novi mediji          Elektronički mediji – javna i(li) komercijalna funkcija</p>				

<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	20%
Učešće u nastavi i na vježbama, praktičan rad i priprema za provjeru znanja	45	1,5	10%
Pismeni ispit ili dva kolokvija	30	1	40%
Usmeni ispit	30	1	30%
<b>Obvezna literatura:</b>	MCQUIN, D., <i>Televizija – Medijski priručnik</i> , Clio, Beograd, 2000. BOJD, E., <i>Novinarstvo u elektronskim medijima</i> , Clio, Beograd, 2002. JENKINS, H. <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i> , New York University Press, New York, 2006.		



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Konvergencija medija</b>			Kod kolegija	FFOJ B319
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30 +15+0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Osposobiti studente razumijevanju konvergiranih medija kao više razine kvalitete od pojedinačnih medija koji čine konvergirani. Naučiti studente oblikovanju medijskih priloga za konvergirane medije s posebnim naglaskom na medijske objave odnosa s javnošću.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-definirati osnovne elemente i zakonitosti stvaranja, razumijevanja i analize medijskih poruka u konvergiranim medijima,</li> <li>-vrednovati njihovu važnost u umreženom društvu,</li> <li>-kreirati medijske priloge za konvergirane medije, sukladno uređivačkoj koncepciji i ciljnoj publici,</li> <li>-koristiti materijale za ostvarivanje ciljeva odnosa s javnošću,</li> <li>-koristiti funkcije konvergiranih medija u komunikaciji s ciljnim javnostima</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnovne značajke konvergiranih medija i razine konvergencije.</li> <li>- Tekstualni prilozi i ilustracije u konvergiranim medijima.</li> <li>- Multimedija u konvergiranim medijima.</li> <li>- Infografike u konvergiranim medijima.</li> <li>- Audio i video podcast.</li> <li>- Uloga poveznica i arhiva.</li> <li>- Komercijalna uloga konvergiranih medija.</li> <li>- Višesmjerno asimetrično komuniciranje.</li> <li>- Interaktivnost i specijali.</li> <li>- Multiplatformsko izdavaštvo.</li> <li>- Uređivanje konvergiranih medija u odnosima s javnošću.</li> <li>- Produkcija konvergiranih medija u odnosima s javnošću.</li> <li>- Zainteresirane i nezainteresirane javnosti u konvergiranim medijima s naglaskom na odnose s javnošću.</li> <li>- Planiranje i provedba kampanja odnosa s javnošću posredstvom konvergiranih medija.</li> <li>- Analiza provedbe i utjecaja kampanja na ciljne javnosti.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	45	1,5			
Samostalni zadaci	15	0,5	20 %		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	45	1,5	40 %		
Usmeni ispit	45	1,5	40 %		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	PEARSON, Roberta, N. SMITH, Anthony (ur.), <i>Storytelling in the</i>				

	<p><i>Media Convergence Age</i>, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014., 12-124.</p> <p>DIEHL i KARMAŠIN (ur.), <i>Media and Convergence Management</i>, Springer, New York, London, Berlin, 2013., 37-119.</p> <p>POWELL, H., <i>Promotional Culture and Convergence</i>, Routledge, London, 2013., 51-136.</p> <p>OBRADOVIĆ, Đorđe, <i>Utjecaj razvitka multimedije na promjene u komuniciranju</i>, Medijski dijalozi 8, Elit, Podgorica, 2011., 45-60.</p> <p>OBRADOVIĆ, Đorđe, <i>Neravnopravnost globalnih medija</i>, Medijski dijalozi 6, Elit, Podgorica, 2010., 69-80.</p>
--	--

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Medijska pismenost</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJB323
<i>Studijski program Ciklus</i>	Preddiplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	<i>Broj sati po semestru (p+v+s)</i>	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	Izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	–	<i>Usporedni uvjeti:</i>	-
<i>Ciljevi kolegija:</i>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente s osnovama digitalne i medijske pismenosti;</li> <li>- objasniti uporišta i tipologiju medijske pismenosti;</li> <li>- opisati kako i na koji način integracija tehnologije podupire učenje;</li> <li>- prezentirati, sa stanovišta pojedinca, aktivnosti obrade informacija i analizu medijskih poruka (izloženost medijskim porukama i određivanje smisla);</li> <li>- prezentirati način uporabe medijske pismenosti u BiH(izdvojiti čimbenike okruženja koji imaju utjecaj na razvoj medijske pismenosti u nekoj zemlji)</li> <li>- opisati stanja pri izloženosti medijima i razvoj kreativnog i kritičkog stava prema medijskim porukama koje recipijenti sami odabiru.</li> </ul>				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	<p>Student će nakon položenog ispita moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- objasniti koje su osnove digitalne i medijske pismenosti;</li> <li>- razlikovati uporišta medijske pismenosti prema osobnom položaju, raspoloživim znanjima i primjenjivim vještinama koje nastaju kroz faze tipologije medijske pismenosti;</li> <li>- moći interpretirati na koji način digitalnu i medijsku pismenost koristiti u nastavi kako bi se studenti angažirali, izrazili osobne interese u razvijanju znanja, kompetencija i vještina o medijskoj pismenosti;</li> <li>- argumentirati aktivnosti obrade podataka, poruka kroz filtriranje, grupiranje i određivanje smisla medijskih poruka i procijeniti vrstu izloženosti (psihološka, perceptivna, fizička) s stanovišta medijske pismenosti;</li> <li>- usporediti sustave drugih zemalja o primjeni medijske pismenosti, te izdvojiti čimbenike okruženja koji imaju utjecaj na razvoj medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini ( zastupljenost medijske pismenosti u medijskoj politici/ medijskoj industriji/ nevladinim organizacijama);</li> <li>- procijeniti stupanj izloženosti medijima i razlikovati kreativan i kritičan stav prema medijskim porukama tako da se postigne kontrola kodiranja mentalnih procesa koji služe osobnim potrebama, a nikako potrebama masovnih medija i oglašivača, pojasniti vremensko određivanje medijskog utjecaja i značaj.</li> </ul>				

<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	Povijest struke, srodne discipline, uporišta medijske pismenosti, stanovište pojedinca, tipologija medijske pismenosti, faze razvoja medijske pismenosti, medijska pismenost u BiH, ograničenja, oblici narušavanja privatnosti, zastupljenost medijske pismenosti u politici, medijskoj industriji, obrazovanju, strategija za poboljšanje medijske pismenosti.		
Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Angažiranost tijekom nastave (prisutnost i aktivnost na nastavi)	45	1,5	Max 10%
Samostalni zadatci i tjedne zadaće (praktični rad)	30*	1	Max 30%
Završi pismeni ispit	45	1,5	Max 40%
Završni usmeni ispit	30	1	Max 20 %
<i>Obvezna literatura:</i>	-POTTER, James W., <i>Media Literacy</i> , 4th edition, London, Sage Publication, 2011. (str. 23.-262.) - HOBBS, Renee; COOPER MOORE, David, <i>Discovering media literay: Teaching digital media and popular culture in elementary school</i> , Sage Publication, 2013. (str. 22.-45.) - TAJIĆ, Lea, <i>Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini</i> , Sarajevo, Internews, 2013. ( str. 49.-105.)		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Javnost i okoliš</b>			Kod kolegija	FFOJB344
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>CTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>-upoznati studente sa znanjima o globalnim okolišnim izazovima te teoretskim osnovama politike i strategije zaštite okoliša,</p> <p>-ukazati na značaj uključivanja najšire javnosti kroz pristup informacijama, sudjelovanje javnosti u odlučivanju o pitanjima iz ovog područja , pristup pravosuđu itd.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <p>-definirati interdisciplinarnosti zaštite okoliša,</p> <p>-razlikovati različite aspekte upravljanja okolišem,</p> <p>-objasniti osnovne politike, mehanizme i instrumente zaštite okoliša,</p> <p>-analizirati različite mogućnosti i načine pristupa javnosti problematici zaštite prirode i upravljanja okolišem,</p> <p>-vrednovati specifičnosti upravljanja pojedinim sastavnicama okoliša i otpadom prema kriteriju održivog razvoja.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>- Definicije, terminološka razgraničenja i povijesni razvoj -ekologija, zaštita prirode i okoliša.</p> <p>- Globalni problemi okoliša - uzroci, posljedice i rješenja.</p> <p>- Okoliš, gospodarstvo i održivi razvoj.</p> <p>- Energija i klima - proizvodnja i potrošnja energije; energetska sigurnost i učinkovitost; obnovljivi izvori energije.</p> <p>- Suvremeno poimanje okoliša i zaštita okoliša – ciljevi, teorije i vrste zaštite okoliša; politike, strategije i planovi zaštite okoliša; akcijski planovi za zaštitu okoliša; suvremeni pristupi zaštiti okoliša; instrumenti politike upravljanja okolišem; financiranje zaštite okoliša.</p> <p>- Političko - pravni okvir menadžmenta zaštite okoliša - međunarodna politika i pravo zaštite okoliša; okolišna politika članica EU; politika i stanje okoliš u BiH.</p> <p>- Menadžerski sustavi i upravljanje okolišem.</p> <p>- Aarhuška konvencija i njezini dijelovi (stupovi).</p> <p>- Konkretni aktivnosti koje zahtijevaju sudjelovanje javnosti itd.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje nastave i aktivnosti na istoj		45	1,5	10%	
Seminarski rad (pismeni i usmeni)		30	1	20%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit		30	1	15% x 2 kolokvija (pismeni dio ispita 30%)	
Završni usmeni ispit		15	0,5	40%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	HERCEG, N.: <i>Okoliš i održivi razvoj</i> , Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2013.				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Pregled povijesti filozofije</b>			Kod kolegija	FFOJB322
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	<b>4</b>	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+s+v)	15+15+0
<i>Status kolegija:</i>	izborni	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je upoznati studente s temeljnim pitanjima filozofije, filozofskim pojmovljem, osnovnim filozofskim disciplinama i teorijama, osnovnim povijesno-filozofskim razdobljima i važnijim predstavnicima filozofske misli. Također, jedan od ciljeva kolegija je razviti kritički pristup u istraživanju i ophođenju sa cjelokupnom stvarnošću.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Polaganjem ispita student će moći: - prepoznati naravi i svrhu filozofije i njezinu važnost i ulogu u svakodnevnom životu; - analizirati osnovne filozofske pojmove; - usporediti odnos filozofije prema drugim znanostima; - definirati temeljne filozofske discipline kao što su logika, epistemologija, metafizika, kozmologija, antropologija, etika, politika i estetika; - istaknuti najvažnije predstavnike filozofske misli i njihova temeljna učenja; - napisati seminarski rad o temeljnim filozofskim pitanjima i predstavnicima filozofske misli.				
<b><i>Sadržaj syllabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Sadržaj kolegija se proteže na određenje pojma i predmeta filozofije, temeljnih znanstvenih metoda i filozofskih pojmova. Unutar kolegija bivaju obrađene osnovne filozofske discipline kao i razdoblja u povijesti filozofije i važniji predstavnici istih razdoblja.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskog sustava prijenosa bodova</i></b>					
	OBVEZE STUDENATA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
	Prisutnost i aktivnost na predavanjima i seminarima	30	1	Max 10%	
	Izrada i izlaganje seminara	15	0,5	Max 10%	
	Kolokviji i kontinuirana provjera znanja	30	1	Max 30%	
	Završni ispit (usmeni)	45	1,5	Max 50%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ARISTOTEL, <i>O duši</i>, Naprijed, Zagreb, 1996. str. 1-63.</li> <li>- HIRSCHBERGER, J., <i>Mala povijest filozofije</i>, Zagreb, ŠK, 1995. str. 1-171.</li> <li>- JUKA, S., MUSIĆ, I., BUNTIĆ, M., <i>Prema Filozofiji odgoja</i>, Mostar, 2007. str. 1-131.</li> </ul>				
<b><i>Dopunska literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ARISTOTEL, <i>Politika</i>, Zagreb, Globus, 1989.</li> <li>- KALIN, B., <i>Povijest filozofije</i>, Zagreb, ŠK, 2004.</li> <li>- KANT, I., <i>Kritika čistog uma</i>, bilo koje izdanje.</li> <li>- PLATON, <i>Država</i>, bilo koje izdanje.</li> <li>- HALDAR, A., <i>Filozofski rječnik</i>, Zagreb, 2002.</li> <li>- MIŠIĆ, A., <i>Rječnik filozofskih pojmova</i>, Split, Verbum, 2000.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Interna komunikacija</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJB423
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	6	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	Obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Spoznaja o važnosti komunikacije sa zaposlenima kao najvažnije interesno utjecajne skupine o kojoj organizacija ovisi, ali i koja ovisi o organizaciji, sve u kontekstu ukupne organizacijske učinkovitosti.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Kompetencije koje se stječu su: <ul style="list-style-type: none"> <li>- stjecanje osnovnih teoretskih znanja i praktičnih vještina o internoj organizacijskoj komunikaciji;</li> <li>- osposobljavanje za rad studenata unutar te organizacijske funkcije te potpora i smjernice za njihovu eventualnu nadgradnju na tom području.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Određenjepojmainternakomunikacija</li> <li>- Povijesnirazvoj</li> <li>- Zaposlenici kao javnost (interesno utjecajna skupina)</li> <li>- Funkcija interne komunikacije u organizaciji</li> <li>- Vrste interne komunikacije</li> <li>- Planiranje interne komunikacije</li> <li>- Tradicionalnakomunikacijskasredstva</li> <li>- Novi mediji kao sredstva u internoj komunikaciji</li> <li>- Komunikacijaupravljanjapromjenom</li> <li>- Internakomunikacija i kriza</li> <li>- Mjerenjevrijednosti interne komunikacije.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60		2	Max 10%	
Seminarski rad (pismeni)	30		1	Max 10%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	60		2	Max 40%	
Usmeni ispit	30		1	Max 40%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HOLTZ, S., <i>Korporativni razgovori: vodič za provedbu učinkovite i prikladne interne komunikacije</i>, HUOJ, Zagreb, 2008. (odabrana poglavlja)</li> <li>- ĆORIĆ, N., <i>Korporativna komunikacija, Synopsis</i>, Zagreb-Sarajevo, 2018. (odabrano poglavlje)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Krizno komuniciranje</b>			Kod kolegija	FFOJB424
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina Studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b>Ciljevi kolegija:</b>	Cilj kolegija je upoznati studenta s teorijskim temeljima upravljanja krizom sa stanovišta odnosa s javnostima te sa potrebnim menadžerskim vještinama i iskustvima u upravljanju krizom i incidentima. Osposobiti studenta za uporabu ovih vještina pri upravljanju krizom i svakodnevnom komuniciranju u kriznim situacijama. Nastava se osim teorije temelji na prezentiranju brojnih studija slučaja iz upravljanja krizom i odnosa s javnošću.				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	<p>Nakon izvršenih obveza, studenti/ce će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-koristiti stečene sposobnosti pri donošenju etičkih strateških odluka u krizi i incidentu.</li> <li>-definirati uloge PR u svakom poslovnom okruženju,</li> <li>-razviti kritičku percepciju o složenosti i snazi medija i ulozi odnosa s javnošću u krizi,</li> <li>-objasniti etape procesa planiranja,</li> <li>- koristiti komunikacijske vještine ojačane i evaluirati djelovanja tih procesa na javnost, upravljanje kriznim situacijama i problemima,</li> <li>- primjeniti metodologiju izrade kriznoga plana u komunikaciji s ciljnim javnostima.</li> </ul>				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	<p>Definicije krize i incidenata.          Utjecaj krize na poslovanje.          Značajke krize.          Vrste krize i učestale krize.          Učinkovite rješenja sukoba.          Ponašanje tijekom krize.          Uglavnom poduzetici strateško komuniciranje.          Krizno komuniciranje.          Strategija upravljanja krizom.          Scenariji simulacije krize.          Upravljanje reputacijom.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO ECTS-u	UDIO U	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		45	1,5		Max 10%
Seminarski rad (pismeni)		45	1,5		Max 10%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit		30	1		Max 40%
Usmeni ispit		30	1		Max 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<p>NOVAK B., <i>Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima</i>, Binoza Press, Zagreb, 2001.          TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb, 2008.          WELSH, J. <i>Kako pobijediti</i>, Naklada Zadro, Zagreb, 2005.          CUTLIP, S. i dr. <i>Odnosi s javnošću</i>, Mate d.o.o., Zagreb, 2005.</p>				



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s medijima i glasnogovorništvo</b>			Kod kolegija	FFOJB425
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	IV.	Broj sati po semestru (p+s+v)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	(A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati povijesni razvoj odnosa s medijima</li> <li>- Opisati osnovne karakteristike i vrste odnosa s medijima</li> <li>- Navesti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s medijima i glasnogovornika</li> <li>- Definirati etička načela u odnosima s medijima i glasnogovorništvo</li> <li>- Definirati kriterije u teoriji selekcije vijesti u medijima</li> <li>- Navesti i opisati komunikacijske kanale u odnosima s medijima</li> <li>- Opisati i klasificirati tehnike i instrumente u odnosima s medijima</li> <li>- Opisati krizno komuniciranje u odnosima s medijima i glasnogovorništvo</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Navesti povijesni razvoj, osnovne karakteristike i vrste odnosa s medijima</li> <li>- Objasniti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s medijima i glasnogovornika</li> <li>- Primijeniti etička načela u odnosima s medijima i glasnogovorništvo</li> <li>- Primijeniti elemente iz teorije selekcije vijesti u medijima</li> <li>- Primijeniti različite komunikacijske kanale u odnosima s medijima</li> <li>- Primijeniti pisane, govorne, vizualne i nove tehnike u odnosima s medijima</li> <li>- Primijeniti informacijsku, komunikacijsku i etičku kompetenciju glasnogovornika</li> <li>- Primijeniti posebne tehnike u predkriznom, kriznom i postkriznom razdoblju</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Povijest odnosa s medijima. Osnovne karakteristike i vrste odnosa s medijima. Pisane, govorne, vizualne i nove tehnike u odnosima s medijima. Etička načela u odnosima s medijima i glasnogovorništvo. Elementi iz teorije selekcije vijesti. Komunikacijski kanali u odnosima s medijima. Krizno komuniciranje u odnosima s medijima i glasnogovorništvo..</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i sudjelovanje u	45	1,5	10%		

nastavi			
Predrok ili Završni ispit	105	3,5	90%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću. Teorija i praksa. Poglavlja: Odnosi s medijima i glasnogovorništvo i Tehnike i alati u odnosima s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2017.</li> <li>- VERČIĆ, D. i drugi, <i>Odnosi s medijima, Poglavlja: Prilike i neprilike u odnosima s medijima, Planiranje odnosa s medijima, Krizni odnosi s medijima, Vrjednovanje odnosa s medijima</i>, Masmedia, Zagreb, 2004.</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Interkulturalno komuniciranje</b>			Kod kolegija	FFOJB426
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina Studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-upoznati studente s utjecajima kulturnih obrazaca na ponašanje i postupke javnosti;</li> <li>-prezentirati važnost vlastitog kulturnog obrasca, stereotipa i percepcije za komunikaciju i kooperaciju s različitim javnostima;</li> <li>-upoznati studente s načinimastjecanja interkulturalne kompetencije, elementima i vrijednostima koje karakteriziraju kompetentnu interkulturalnu osobu i njezin daljnji razvoj;</li> <li>-pripremiti studente za primjenu temeljnih pretpostavki interkulturalne komunikacijske kompetencije u svakodnevnom životu (jezik i relativnost iskustva; percepcija stvarnosti; verbalno i neverbalno komuniciranje; stilovi u komunikaciji; kulturna adaptacija i kulturna osjetljivost).</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati osnovne specifičnosti i karakteristike drugih kultura;</li> <li>- usporediti specifičnosti kulturoloških različitosti u međunarodnoj komunikaciji;</li> <li>- upotrijebiti vještine komuniciranja s ljudima drugih kulturalnih profila kroz poštovanje ljudi i razumijevanje njihove kulturne baštine;</li> <li>- analizirati praktičnu primjenu naučenih pojmova u međunarodnim odnosima s javnošću (kompetencija, komunikacija, interkulturalna kompetencija, interkulturalna komunikacija, interkulturalna osjetljivost, kulturni šok, interkulturalni „sukobi” i stilovi njihovog rješavanja, itd.);</li> <li>- obrazložiti najvažnije dimenzije interkulturalne kompetencije na individualnoj i kolektivnoj razini: (interkulturalni stavovi; znanje; komunikacijske vještine; vještine interpretiranja; vještine otkrivanja i interakcije; kritička kulturna svjesnost; politička kultura itd.);</li> <li>- vrednovati interkulturalne sadržaje u medijskim objavama.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Sadržaj kolegija je prikazati bogatstvo kulturnih raznolikosti te kako kulturna specifičnost u globaliziranom svijetu postaje opće dobro. Posebna pažnja posvetit će se shvaćanju i razumijevanju interkulturalizma i potrebu za tolerancijom u međusobnom komuniciranju. Ukazat će se na poštovanje vlastitih kulturnih vrednota te uvažavanje tuđih.</p> <p>Kolegij uključuje sljedeće sadržaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kultura i interkulturalna komunikacija: definicija (interkulturalne) komunikacije; važnost kulturnog konteksta i njegov utjecaj na komunikaciju; kulturna različitost u komunikaciji.</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (Inter)kulturalna kompetencija: temeljni pojmovi i bitni elementi koji određuju (inter)kulturalnu kompetenciju – različiti pristupi.</li> <li>- (Inter)kulturalna komunikacijska kompetencija: verbalna i neverbalna interkulturalna komunikacija; aspekti interkulturalne komunikacije; karakteristike neverbalnih kodova; kulturne varijacije u neverbalnoj komunikaciji; neverbalne poruke u interkulturalnoj komunikaciji; osnovni preduvjeti interkulturalne komunikacijske kompetencije i njezine uspješnosti (učinkovitosti).</li> <li>- Od komunikacijske kompetencije do interkulturalne kompetencije: definiranje temeljnih pojmova; bitni elementi koji određuju interkulturalnu kompetenciju – različiti pristupi; faze interkulturalne kompetencije – od etnocentrizma (<i>negiranje</i> postojanje razlika i <i>otpor</i> prema različitosti) preko etnocentristično prijelazne faze (<i>minimiziranje</i> postojanja razlika) do etnorelativističke faze (<i>prihvatanje</i> razlika, <i>adaptacija</i> na različitost i <i>integracija</i> s različitostu).</li> <li>- Osobine interkulturalno kompetentne osobe: kognitivne, emocionalne i ponašajne.</li> <li>- Ostvarivanje interkulturalne kompetencije u društvu (zajednici) i međusobna interakcija.</li> </ul>
--	--

**Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova**

OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 40%
Završni usmeni ispit	45	1,5	Max 50%

**Dodatna pojašnjenja:**

U konačnu ocjenu ulaze pohađanje i aktivnosti u nastavi, seminarski rad i ocjena završnog usmenog ispita.

Prisutnost na predavanju bodovat će se na sljedeći način:

manje od 75% dolazaka = 0% ocjene

od 76% do 80% = do 2% ocjene

od 81% do 85% = do 4% ocjene

od 86% do 90% = do 6% ocjene

od 91% do 95% = do 8% ocjene

od 96% do 100% = do 10% ocjene

Seminarski rad ocjenjuje se ovako:

0% = Rad nije napisan.

4% = Rad ne zadovoljava formalne kriterije.

8% = Rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu.

12% = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene veće gramatičke i pravopisne pogreške.

16% = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene manje gramatičke i pravopisne pogreške.

20% = Rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan.

Izlaganje seminarskoga rada ocjenjuje se ovako:

0% = Rad nije usmeno prezentiran.

4% = Rad je pročitao.

8% = Rad je djelomično pročitan i nepripremljen.  
12% = Rad nije pročitan, ali su uočeni veći nedostaci u usmenom izlaganju.  
16% = Izlaganje je dobro pripremljeno, ali su uočene manje pravogovorne pogreške.  
20% = Usmeno izlaganje je izvrsno pripremljeno.

Završni se ispit (usmeni) ocjenjuje ovako:

manje od 50% točnih odgovora = 0% ocjene  
od 51% do 60% = do 10% ocjene  
od 61% do 70% = do 20% ocjene  
od 71% do 80% = do 30% ocjene  
od 81% do 90% = do 40% ocjene  
od 91% do 100% = do 50% ocjene

Prema Pravilniku o ocjenjivanju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:

0 – 55% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5).

**Obvezna literatura:**

MESIĆ, M., *Multikulturalizam*, Školska knjiga, Zagreb, 2006  
TOMIĆ, Z. *Odnosi s javnošću, teorija i praksa*, Zagreb – Sarajevo, 2016., (str. 521.-545.)

<b>Naziv kolegija</b>	<b>Portali i društvene mreže</b>			Kod kolegija	FFOJB427
<b>Studijski program Ciklus</b>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina Studija	II.
<b>ECTS vrijednost boda:</b>	4	<b>Semestar</b>	4.	Broj sati po semestru (p+s+v)	30+30+0
<b>Status kolegija:</b>	obvezni (A)	<b>Preduvjeti:</b>	Nema	<b>Usporedni uvjeti:</b>	Nema
<b>Ciljevi kolegija:</b>	Ciljevi kolegija je objasniti primjere tehnologija društvenih mreža i portala te prakse među različitim društvenim skupinama; Nakon svakoga predavanja studenti dobivaju praktični zadatak na kojem moraju primijeniti naučeno na predavanju.				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	Nakon položenog kolegija studenti će moći: - opisati prakse među različitim društvenim skupinama; - razumjeti performanse identiteta u društvenim mrežama; - kritički procijeniti potencijal tehnologija društvenog medija - artikulirati neke od etničkih problema postavljenih nastankom tehnologija društvenih mreža i portala; - razlikovati različite verzije weba (od web 1.0 do semantičkog weba), kategorizirati ih i demonstrirati njihova svojstva; - procijeniti, primijeniti i demonstrirati različite organizacije društvenih mreža i portala - izraditi razne društvene mreže i portale; - identificirati načine zaštite sadržaja i sustava.				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	Istraživanje društvenih mreža iz kulturalne perspektive s fokusom na to kako se tehnologije medija primjenjuju u praksama svakodnevnog života i u konstrukciji društvenih odnosa i identiteta. Povijesni pregled razvoja interneta. Dijelovi i internetski protokoli. World wide web - nastanak i razvoj. Semantički web - definicija, svojstva, karakteristike. Karakteristike i svojstva weba 2.0. Primjena web 2.0 u različitim sferama ljudskog znanja. Povijest društvenih mreža i portala. Snaga primjene društvenog umrežavanja, mogućnosti društvenog umrežavanja. E-društvo. Tržišna i strateška interakcija u mrežama. Društveni mediji i njihov utjecaj na poslovanje, politiku, zakon i revoluciju. Dinamike mreže: populacijski i strukturni modeli. Pravne odgovornosti društvenih mreža. Studiji slučaja: Facebook, LinkedIn, Google+ i Twitter. Trendovi nastajanja društvenih mreža. Društveni mreža i portali – formiranje zajednice/ pokretači političkog aktivizma. Komercijalne koristi društvenih medija. Vrste i karakteristike web portala. Portali i autorska prava, zaštita privatnosti. Komunikacijski servisi.				

	E-novine.		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave	60	2	-
Seminarski rad	30	1	Max 30%
Sedam kvizova ili završni ispit	30	1	Max 70%
<b>Obvezna literatura:</b>	<p>ZARRELLA, D., <i>The Social Media Marketing Book</i>, O'Reilly Media, 2009.</p> <p>RYAN, K. P., <i>Social networking – digital and information literacy</i>, The Rosen Publishing Group, Inc., 2011.</p> <p>ZHELEVA E., TERZI E. &amp; GETOOR L., <i>Privacy in Social networks</i>, Morgan &amp; Claypool Publishers series, 2012.</p> <p>TATNALL A., <i>Web portals – the new gateways to Internet information and services</i>, Idea Group Publishing, 2004.</p>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Upravljanje projektima</b>			Kod kolegija	FFOJB445
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina Studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+s+v)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b>Ciljevi kolegija:</b>	Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima u području projekata i upravljanja projektima te stjecanju znanja u formalnom definiranju projekata, načinu njegova pokretanja, planiranja i odvijanja, timskom radu, formalnom praćenju napretka projekta te upoznavanje studenata s osnovnim uvjetima uspješnog upravljanja projektima.				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definirati, razlikovati i povezati osnovne pojmove iz područja planiranja, organiziranja i upravljanja projektima</li> <li>2. Definirati i povezati strategiju sa ciljevima projekata;</li> <li>3. Utvrditi i povezati osnovne procese i područja upravljanja projektima</li> <li>4. Analizirati, vrednovati i predložiti odgovarajuće alate i tehnike planiranja projekata</li> <li>5. Predložiti i primijeniti metodologiju planiranja projekata za praktični primjer i kreirati projektni plan</li> <li>6. Analizirati i rangirati različite softvere za upravljanje projektima</li> </ol>				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	Definiranje pojmova projekt i upravljanje projektima. Strategija i upravljanje projektima. Životni ciklus projekta, izravni projektni sudionici i druge interesno utjecajne skupine na projektu. Odgovarajuća projektna organizacija. Osnovni procesi upravljanja projektima: iniciranje, planiranje, izvođenje, nadzor i kontrola, zaključivanje. Tehnike i alati za planiranje projekata. Područja upravljanja projektima: integracijsko upravljanje projektima, upravljanje obuhvatom projekta, upravljanje projektnim vremenom, troškovima i kvalitetom, upravljanje ljudskim resursima, upravljanje projektnom komunikacijom, upravljanje projektnim rizikom, upravljanje projektnom nabavom. Tehnike planiranja projekata. Računalna potpora upravljanju projektima. Alati za podršku upravljanja projektima. Standardna projektna dokumentacija. Evaluacija i dokumentiranje iskustva..				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCIJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi		60	2		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)		15	0,5	Max. 20 %	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit		15	0,5	Max. 40 %	
Završni (usmeni) ispit		30	1	Max. 40 %	
<b>Obvezna literatura:</b>	A Guide to the Project Management Body of Knowledge				



	(PMBOK®Guide), PMI, 2010. MAJSTOROVIĆ, V., <i>Projektni menadžment</i> , Sveučilište u Mostaru, 2010. KERZNER, H., <i>Project Management Case Studies</i> , Willey, 2004.
--	---

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Retorika</b>			Kod kolegija	FFOJB429
<i>Studijski program Ciklus</i>	Jednopedmetni preddiplomski studij <i>Odnosi s javnošću</i>			Godina studija	II. (druga)
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	IV.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	Izborni	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj je upoznati studente s povijesnim razvojem retorike, važnosti retoričkih vještina u javnoj komunikaciji; osposobiti ih za komunikaciju s odgovarajućim govornim vrjednotama, bez treme.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon završenoga kolegija studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- opisati i analizirati najvažnije značajke povijesnoga razvoja retorike od antike do suvremenoga doba,</li> <li>- argumentirati i ukazati na bitne odrednice govora najznamenitijih govornika,</li> <li>- razlučiti i prepoznati različite vrste govora (prema stilu, obliku),</li> <li>- samostalno pripremiti govor prema zadanoj temi i organizirati govornu poruku,</li> <li>- napraviti i birati različite načine za prevladavanje straha pri javnome govoru,</li> <li>- definirati retoričke figure.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Određenje pojma retorike, mjesto retorike u suvremenome životu. Povijesni razvoj retorike (od antike do suvremenoga doba). Retorika u Hrvata. Načela i kriteriji dobroga govora. Govor - kultivirani, pravilni i normalni govor; politički, sudski i pohvalni; govor prema stilu (visoki, srednji i jednostavni). Funkcionalni stilovi u hrvatskome standardnom jeziku. Govor i masovni mediji. Oblici govora (pripremljeni, spontani, improvizirani i čitani). Čitanje. (Vrijeme govora.) Bilješke. Retoričke i posebne novinarsko-retoričke vrste. (Razgovori novinara.) Priprema i kompozicija govora. Organizacija govorne poruke; modalni izrazi, logika u govoru, afektivnost. Govornik i izvedba govora. Retoričke figure. Neverbalna komunikacija. Strah od govora.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Angažiranost u nastavi	45	1.5	-		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0.5	20%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	30%		
Usmeni ispit	30	1	50%		
<b><i>Obvezna literatura (u trenutku prijavljivanja kolegija):</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ivo Škarić: <i>Temeljci suvremenog govorništva</i>, Školska knjiga, Zagreb, 2005.</li> <li>2. <i>Govori za sve prilike i ukratko o govorništvu</i>, Nakladnik: Poslovni zbornik d.o.o., Zagreb, 1997.</li> <li>3. Jasna Šego: <i>Kako postati uspješan govornik</i>, Zagreb, 2005.</li> <li>4. Miroslav Beker: <i>Kratka povijest antičke retorike</i>, Zagreb, 1997.</li> <li>5. Ivo Škarić: <i>U potrazi za izgubljenim govorom</i>, Zagreb, 1988.</li> <li>6. Aristotel: <i>Retorika</i>, Naprijed, Zagreb, 1989.</li> </ol>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Korporativna komunikacija</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJB530
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	5	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Uputiti studente u teorijsku osnovu i praktičnu primjenu korporativne komunikacije, kao organizacijske komunikacijske funkcije koja ima za cilj komuniciranjem uspostavljati i održavati odnose sa svim, internim i eksternim, interesno utjecajnim skupinama. Upoznati studente sa ishodima aktivnosti korporativne komunikacije.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<b>Kompetencije koje se stječu su:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stjecanje osnovnih teoretskih znanja i praktičnih vještina o korporativnoj komunikaciji;</li> <li>- osposobljavanje za rad studenata unutar te organizacijske funkcije te potpora i smjernice za njihovu eventualnu nadgradnju na tom području.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacija i komunikacija</li> <li>- Razvoj marketinga i odnosa s javnošću</li> <li>- Interesno utjecajne skupine</li> <li>- Menadžerska komunikacija</li> <li>- Marketinška komunikacija</li> <li>- Interna komunikacija</li> <li>- Krizna komunikacija</li> <li>- Korporativna društvena odgovornost</li> <li>- Komunikacija sa investitorima</li> <li>- Upravljanje događajima</li> <li>- Korporativna kultura</li> <li>- Korporativni identitet</li> <li>- Korporativni imidž i reputacija</li> <li>- Korporativni brend</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i aktivnost na nastavi	45	1,5	Max 10%		
Kolokviji (x2) i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni dio ispita	45	1,5	Max 40%		
Završni usmeni ispit	60	2	Max 50%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ČORIĆ, N., Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2018. (odabrana poglavlja)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Pravni aspekti odnosa s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJB531
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	5.	<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti</i>	-
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studente s pravnim normama koje se odnose na profesiju odnosa s javnošću;</li> <li>- Pripremiti studente za rad u odnosima s javnošću temeljen na pretpostavkama utvrđenim pravom na pristup informacijama;</li> <li>- Razlikovati izražavanja koja su dopuštena slobodom izražavanja od onih kojima se krše prava i interesi trećih osoba kroz primjere izvedene u nastavi;</li> <li>- Približiti studentima temelje kartelnog prava, zaštite privatnosti, ugleda i časti; autorskog i srodnih prava kao i načine zaštite tržišnog natjecanja.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati osnovne pravne pojmove iz područja odnosa s javnošću;</li> <li>- Primjenjivati bosanskohercegovačke propise s područja odnosa s javnošću, posebice slobode izražavanja, prava na čast i ugled, prava na privatnost te dostupnosti medija;</li> <li>- Prepoznati odredbe međunarodnih pravnih normi vezanih za odnose s javnošću;</li> <li>- Temeljne postavke autorskog i njemu srodnih prava;</li> <li>- Primjenjivati akte koji omogućuju pravo na pristup informacijama.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbe nog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pravni standardi u odnosima s javnošću- temeljni pojmovi</li> <li>- Međunarodni propisi kojima se uređuje područje odnosa s javnošću</li> <li>- Akti Europske unije o pravnom aspektu odnosa s javnošću</li> <li>- Primjena zakona o tržišnom natjecanju u odnosima s javnošću</li> <li>- Pravo na pristup informacijama</li> <li>- Tajnost podataka</li> <li>- Dostupnost medija</li> <li>- Pravni propisi o oglašavanju</li> <li>- Povreda ugleda i časti</li> <li>- Autorska prava u odnosima s javnošću</li> <li>- Kodeksi profesionalnih udruga za odnose s javnošću</li> <li>- Pravna zaštita korporativnog identiteta</li> <li>- Pregled presuda bosanskohercegovačkih sudova u predmetima vezanim za odnose s javnošću</li> <li>- Pregled presuda Europskog suda za ljudska prava u predmetima vezanim za odnose s javnošću</li> </ul>				

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max 30% (2x 15%)
Završni usmeni ispit	45	1,5	Min 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Z., Odnosi s javnošću teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2008. (odabrana poglavlja).</li> <li>- MUSA, I., <i>Medijsko pravo - sloboda izražavanja u Bosni i Hercegovini i Republici Hrvatskoj</i>, Školska naklada, Mostar, 2017. (odabrana poglavlja).</li> <li>- BROOM, M. GOD., <i>Učinkoviti odnosi s javnošću</i>, MATE, Zagreb, 2010. (odabrana poglavlja).</li> <li>- Zakon o slobodi pristupa informacijama Bosne i Hercegovine,</li> <li>- <a href="http://www.mpr.gov.ba">http://www.mpr.gov.ba</a></li> <li>- Zakon o autorskom i srodnim pravima u BiH,</li> <li>- <a href="http://www.ipr.gov.ba/ba/katalog/pregled/zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima">http://www.ipr.gov.ba/ba/katalog/pregled/zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima</a></li> <li>- Zakon o zaštiti od klevete FBiH,</li> <li>- <a href="http://www.fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/2003/zakoni%20registar%202003.htm">www.fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/2003/zakoni%20registar%202003.htm</a></li> <li>- Etički kodeks Hrvatske udruge za odnose s javnošću,</li> <li>- <a href="http://www.huoj.hr">www.huoj.hr</a></li> <li>- Code of Athens, - Međunarodni etički kodeks odnosa s javnošću, <a href="http://www.ipra.org/detail.asp?articleid=22">http://www.ipra.org/detail.asp?articleid=22</a></li> <li>- Code of Brussels, Etička praksa u javnim poslovima (public affairs), <a href="http://www.ipra.org/detail.asp?articleid=25">http://www.ipra.org/detail.asp?articleid=25</a></li> <li>- Code de Lisbonne, Europski kodeks profesionalnog ponašanja u odnosima s javnošću, <a href="http://www.docstoc.com/docs/4024545/Code-de-Lisbonne-englischer-Originaltext-European-Code-of-Professional-Conduct">http://www.docstoc.com/docs/4024545/Code-de-Lisbonne-englischer-Originaltext-European-Code-of-Professional-Conduct</a></li> <li>- IABC, Code of Ethics for Professional Communicators, <a href="http://www.iabc.com/about/code.htm">http://www.iabc.com/about/code.htm</a></li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama</b>			Kod kolegija	FFOJB538
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	V.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>		<i>Usporedni uvjeti:</i>	
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Objasniti ulogu odnosa s javnošću u neprofitnim organizacijama, početni je cilj ovog kolegija. Navest će se neke od glavnih promjena s kojima se suočavaju neprofitne organizacije,</li> <li>-Upoznati studente sa specifičnostima odnosa s javnošću u neprofitnim organizacijama a posebno će se razmotriti nove uloge u javnim ustanovama,</li> <li>-Prezentirati studentima modele za zadobivanje povjerenja i kredibiliteta te dobivanje donacija i sponzorstava, te odnosa odnosa s javnošću i menadžmenta i marketinga u neprofitnom sektoru</li> <li>-Prezentirati glavne svrhe udruga, strukovnih udruga i društava i radničkih sindikata.</li> <li>-Ukazati na osnovne funkcije odnosa s javnošću u neprofitnom sektoru, i načinima uporabe u bolnicama, učilištima i sveučilištima, socijalnoj službi, kao i širokome spektru kulturnih djelatnosti.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati strukturu i ulogu odnosa s javnošću u kontekstu neprofitnih organizacija društva,</li> <li>-analizirati vrstu i primjenu komunikacijskih kanala, u procesu strateškoga komuniciranja neprofitnih organizacija,</li> <li>-razviti kritičku percepciju o važnosti reputacije za neprofitne organizacije</li> <li>- koristiti osnovne tehnike i alate odnosa s javnošću u komunikaciji sa ciljanim javnostima</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posebnost odnosa s javnošću za nevladine i neprofitne organizacije</li> <li>- Javnost u neprofitnom sektoru</li> <li>- Dionici u neprofitnom sektoru</li> <li>- Primjena tehnika i alata za odnose s javnošću u ovom sektoru</li> <li>- Volonterstvo</li> <li>- Specifična područja odnosa s javnošću u neprofitnom sektoru</li> <li>- Odnosi s medijima u neprofitnim organizacijama</li> <li>- Marketinške kampanje u civilnom sektoru</li> <li>- Menadžment i upravljanje u neprofitnom sektoru</li> <li>- Lobiranje i nevladine organizacije</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi	45	1,5	Max 10%		

Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja (x2) ili pismeni ispit	45	1,5	Max 40%
Završni usmeni ispit	60	2	Max 50%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomić, Zoran (2016.); <i>Odnosi s javnošću. Teorija i praksa</i>, Sinopsis, Zagreb, Sarajevo</li> <li>• Hajoš, Boris i Skoko, Božo (ur.) (2009.): <i>Odnosi s javnošću za organizacije civilnoga društva</i>, HUOJ i Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb</li> <li>• Broom, Glen M. (2010.): <i>Cutlip&amp;Center's Učinkoviti odnosi s javnošću</i>, Mate, Zagreb</li> <li>• Alfirević, N., Pavičić, J., Najev Čačija, Lj., Mihanović, Z., Matković, J. (2013.); <i>Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija</i>, Školska knjiga i Intstitut za inovacije, Zagreb</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Politički odnosi s javnošću</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJB553
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	5.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Kolegij Politički odnosi s javnošću ima za ciljeve:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Upoznati studente s teorijskim postavkama s područja političkih odnosa s javnošću.</li> <li>-Ukazati u širi aspekt političkih odnosa s javnošću,</li> <li>-Analizirati područja: odnosi s javnošću u izvršnoj vlasti, odnosi s javnošću u zakonodavnoj vlasti; stranački odnosi s javnošću, Predsjednički odnosi s javnošću</li> <li>-Pripremiti studente da ovladavaju znanjem i vještinama za praktičnu primjenu tehnika i alata u političkim odnosima s javnošću.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija politički odnosi s javnošću i položenog ispita studenti će:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-poznavati primjenu odnosa s javnošću u politici.</li> <li>-moći će raditi poslove glasnogovorništva, odnosa s medijima</li> <li>-planirati odnose s javnošću i odnosa s medijima,</li> <li>- upravljati alatima i tehnikama te učinkovitim javnim nastupom.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Studenti kroz ovaj kolegij upoznaju se s određenim programima u političkim odnosima s javnošću od kojih su najznačajnije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Odnosi s javnošću u izvršnoj vlasti</li> <li>- Odnosi s javnošću u zakonodavnoj vlasti</li> <li>- Stranački odnosi s javnošću</li> <li>- Predsjednički odnosi s javnošću</li> <li>- Odnosi s javnošću u predizbornim kampanjama</li> <li>- Spin doctori</li> <li>- Odnosi s javnošću u vojsci</li> <li>- Odnosi s javnošću u policiji</li> <li>- Uvjeravanje(persuazija).</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi	45	1,5	Max 10%		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni dio ispita	30	1	Max 30%		
Završni usmeni ispit	60	2	Min 50%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Z.,<i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2008. (odabrana poglavlja).</li> </ul>				



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Tiskani mediji</b>			Kod kolegija	FFOJB534
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	5.	Broj sati po semestru (p+s+v)	15+0+30
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su: <ul style="list-style-type: none"> <li>- objasniti razvoj, značaj i karakteristike tiskanih medija</li> <li>- definirati vrste novina i njihove osnovne karakteristike</li> <li>- definirati strukturu, osnovne karakteristike i klasifikaciju novinarskih žanrova:</li> <li>- objasniti teoriju selekcije vijesti</li> <li>- opisati osnovne karakteristike novinskih rubrika</li> <li>- objasniti ustroj redakcije u tiskanim medijima</li> <li>- definirati strategije za opstanak tiska u papirnatom obliku</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Studenti će moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>- razlikovati vrste tiska prema sadržaju, periodici, distribuciji...</li> <li>- prepoznati različite novinarske žanrove</li> <li>- napisati novinsku vijest, izvješće, intervju i anketu</li> <li>- prepoznati i primijeniti različite elemente u teoriji selekcije vijesti</li> <li>- objasniti osnovne karakteristike novinskih rubrika</li> <li>- opremiti novinski tekst</li> <li>- napisati i opremiti novinski tekst za digitalne platforme</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Ključni elementi syllabusa su povezani s povijesnim razvojem tiska te s karakteristikama i značajem ovoga medija. Elementi izvedbenog plana su i razrada koncepta rubrika u tisku, on-line izdanja i praktični rad što podrazumijeva pisanje tekstova i njihovo uređivanje prema redakcijskim zadacima i uređivačkoj strategiji.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i sudjelovanje u njoj	45	1,5	10%		
Praktični rad	15	0,5	30%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit	30	1	60%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RUSS-MOHL, S., <i>Novinarstvo</i>, Clio, Beograd, 2014.</li> <li>- MALOVIĆ, S., <i>Novine</i>, Zagreb, Privatni nakladnik, 1995. (odabrana poglavlja).</li> <li>- GOZZINI, G., <i>Istorija novinarstva</i>, Clio, Beograd, 2001.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Suvremena povijest BiH i Hrvatske</b>			Kod kolegija	FFOJ B535
<i>Studijski program Ciklus</i>	Studij odnosa s javnošću Preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda</i>	4	<i>Semestar</i>	5.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+0
<i>Status kolegija</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti</i>		<i>Usporedni uvjeti</i>	nema ih
<b><i>Ciljevi kolegija</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studente sa socio-političkim kretanjima u 19. i 20 stoljeću koji su doveli do formiranja međunarodno priznatih država: Rep. Hrvatske i Bosne i Hercegovine.</li> <li>- Objasniti studentima kontekstualne promjene od sredine 19. do kraja 20. stoljeća.</li> <li>- Upoznati studente s najvažnijim povijesnim izvorima i historiografskom literaturom o navedenoj problematici.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije)</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati historiografske i suvremene političke pojmove o Rep. Hrvatskoj i BiH,</li> <li>- opisati kontekstualne promjene i najvažnije događaje koji su doveli do nastanka dviju međunarodno priznatih država,</li> <li>- upoznati i interpretirati povijesne izvore i literaturu o navedenoj problematici,</li> <li>- samostalno se služiti izvorima i adekvatnom literaturom,</li> <li>- kritički pristupiti dosadašnjim historiografskim interpretacijama o suvremenoj povijesti BiH i Republike Hrvatske.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko)</i></b>	<p>Etnokonfesionalna slika i politička strujanja u BiH i Hrvatskoj u 19. i početkom 20. st. (Križa Osmanskog Carstva; BiH pod austrougarskom upravom. Hrvatske zemlje u 19. i početkom 20. st.; Državnopravni položaj hrvatskih zemalja u okviru Habsburške Monarhije; Političke prilike u BiH pred Prvi svjetski rat). BiH i Hrvatska u sklopu Kraljevine SHS, odnosno prve Jugoslavije 1918.-1941. (Uzroci permanentne političke krize u Kraljevini SHS, od 1929. god. Kraljevini Jugoslaviji; „Hrvatsko pitanje“ u političkim koncepcijama 1930-tih; Unutarnja kriza, vanjsko-politički faktori, slom i raspad Kraljevine Jugoslavije). BiH i Hrvatska u sklopu NDH (Ustaški pokret; Geneza, ustroj i funkcioniranje Nezavisne Države Hrvatske; Položaj ne-Hrvata u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj; Djelovanja i ciljevi partizanskog pokreta; Slom Nezavisne Države Hrvatske i formiranje komunističke Jugoslavije). BiH i Hrvatska u sklopu SFRJ (Iskustva i posljedice rata i poraća; Društvene i političke prilike u drugoj Jugoslaviji; „Hrvatsko pitanje“ u komunističkoj Jugoslaviji). Kriza i raspad SFRJ te nastanak novih država.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS- u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	30	1	Max 25%		
Predispitni rok (usmeni) ili završni ispit	90*	3*	Max 75%*		

<b>Obvezna literatura:</b>	- LOVRENOVIĆ, I., <i>Unutarnja zemlja</i> , Durieux, Zagreb, 2004., str. 89.-221. - STANČIĆ, N., <i>Hrvatskanacijainacionalizmu 19. i 20. stoljeću</i> , Barbat, Zagreb, 2002., str. 71.-241.
----------------------------	--

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Medijska analitika</b>			Kod kolegija	FFOJB643
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	6.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30 + 15+0
<i>Status kolegija:</i>	izborni	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Osposobiti studente analitičkom pristupu medijskim sadržajima i razumijevanju i međusobnom prožimanju teksta i konteksta medijskih poruka.</p> <p>Naučiti studente holističkoj metodi analize sadržaja (kvantitativnoj i kvalitativnoj analizi teksta i konteksta medijskih poruka).</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studenti će poznavati osnovne elemente i zakonitosti stvaranja, razumijevanja i analize medijskih poruka te nužnih i nenamjernih i namjernih izobličenja njihova stvarnog značenja.</li> <li>- Studenti će znati utvrditi manipulaciju medijskim sadržajima i moći će oblikovati medijske poruke u skladu s osnovnim značajkama pojedinih medija i društvenog konteksta te za različite potrebe provoditi holističku - kvantitativnu i kvalitativnu analizu medijskih sadržaja i njihova konteksta.</li> <li>- Studenti će moći samostalno analizirati planiranje i provedbu medijskih kampanja u osj u masovnim tradicionalnim i konvergiranim medijima i na društvenim mrežama.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Uvod u medijsku analitiku. Tekst i kontekst, kvantitativna i kvalitativna analiza medijskih sadržaja. Analiza tiskovina (knjige i periodika). Analiza tiskovina (stripovi, brošure, plakati i letci). Analiza radijskih sadržaja. Analiza filmskih sadržaja. Analiza televizijskih sadržaja. Analiza agencijskih sadržaja. Analiza konvergiranog medija. Analiza sadržaja poruka odnosa s javnošću i marketinških poruka u medijima. Analiza publike i razumijevanja medijskih poruka. Mediji i zavođenje publike medijskim porukama. Medijske osnove zavođenja. Zavođenje medijskim porukama kao manipulacija i propaganda. Raskrinkavanje umreženih igara manipulacije. Analiza planova i provedbe medijski posredovanih kampanja u osj s uočavanjem nedostataka i predlaganjem poboljšica.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO ECTS-u	U	UDIO OCJENI
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi		45	1,5		10%
Praktični rad		30	1		40%
Završni ispit		45	1,5		50%
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALIĆ, S., <i>Mediji od zavođenja do manipuliranja</i>, AGM, Zagreb, 2009.</li> <li>- OBRADOVIĆ, Đ., <i>Medijski prikaz zbilje</i>, Medianali 2, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2007., 87-101.</li> <li>- OBRADOVIĆ, Đ., <i>Stereotipno trojstvo</i>, Kultura komuniciranja, FF Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2013., 32-60.</li> <li>- PERUŠKO, Z. (ur.), <i>Uvod u medije</i>, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Planiranje i upravljanje odnosima s javnošću</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJB638
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	6.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30 + 15 +15
<i>Status kolegija:</i>	Obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Stjecanje osnovnih teoretskih znanja i praktičnih vještina o strateškom planiranju i upravljanju odnosima s javnošću.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Kompetencije koje se stječu su: - osposobljavanje za sustavsko i strateško razumijevanje odnosa s javnošću te realizacija učinkovitih komunikacijskih kampanja.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategije i strateško planiranje</li> <li>- Faze i elementi strateškog komunikacijskog plana</li> <li>- Situacijske analize</li> <li>- Ispitivanje okoline</li> <li>- Određivanje teme kampanje</li> <li>- Segmentacija javnosti</li> <li>- Komunikacijski ciljevi</li> <li>- Javnosti/publike/interesno utjecajne skupine</li> <li>- Taktike</li> <li>- Poruka</li> <li>- Terminski planovi</li> <li>- Komunikacijski kanali</li> <li>- Mjerenje učinkovitosti: evaluacija i revizija.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	Max 10%		
Seminarski rad (pismeni)	30	1	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max 40%		
Usmeni ispit	30	1	Max 40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- POTTER, L., <i>Komunikacijski plan –srž strateških komunikacija</i>, HUOJ, Zagreb, 2008.</li> <li>- TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću – teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016. (odabrana poglavlja)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Tehnike odnosa s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJB639
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	6.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studenata s tehnikama i alatima u odnosima s javnošću i primjeni tih sredstava za uspješnu komunikaciju s ciljnim javnostima;</li> <li>- Ukazati na mogućnost primjene određenih tehnika i alata odnosa s javnošću u različitim prilikama;</li> <li>- Pripremiti studenta za organizaciju događaja za medije i pravilnu primjenu tehnika odnosa s javnošću;</li> <li>- Analizirati medijske objave i javne nastupe i uočiti koje se tehnike odnosa s javnošću primjenjuju u tim objavama i nastupima;</li> <li>- Uputiti studenta u primjereno oblikovanje materijala za medije.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razlikovati pisane, govorne i vizualne tehnike u odnosima s javnošću;</li> <li>- Primijeniti tehnike odnosa s javnošću u praksi;</li> <li>- Poznavati nove tehnologije u odnosima s javnošću;</li> <li>- Kreirati pisane, audio i vizualne materijale u odnosima s javnošću;</li> <li>- Planirati izradu i odrediti vrijeme primjene različitih alata u odnosima s javnošću;</li> <li>- Pripisivati metodološki primjereno izvore informacija u odnosima s javnošću.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrste i značenje popisa medija,</li> <li>- Najavazamedije,</li> <li>- Priopćenjamedije,</li> <li>- Izrada <i>pressclippinga</i>, novinarskihmapa, biltena, reportažai drugih pisanih materijala,</li> <li>- Uporabinovihtehnologijaukomunikacijis ciljnim javnostima,</li> <li>- Priprema uvođenju, kaoianalizipresskonferencija,</li> <li>- Organizacija i provedba press konferencije,</li> <li>- Uporabagovornih tehnika u odnosima s javnošću,</li> <li>- Vizualne tehnike odnosa s javnošću,</li> <li>- Event tehnike odnosa s javnošću,</li> <li>- Pripisivanje izvora informacija.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i	60	2	Max. 20%		

Samostalni zadaci			
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	60	2	Min. 80%
<b>Obvezna literatura:</b>	- TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću – teorija i praksa</i> , Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2016.		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Javni nastupi</b>			Kod kolegija	FFOJB640
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	6.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<i>Ciljevi kolegija:</i>	Usvojiti znanje o komunikacijskim vještinama neophodnim za realiziranje kvalitetnoga javnoga nastupa. Ovladati znanjem o konceptu javnoga nastupa i principima i kompetencijama za nastupe u medijima.				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	Nakon položenog kolegija student će znati/moći: - pojasniti pojam i značaj komunikacije - navesti vrste komuniciranja - pojasniti strukturu komunikacijskog procesa - izraditi intervju.				
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	Pojam i značaj komunikacije. Vrste komuniciranja. Neverbalna komunikacija. Struktura komunikacijskog procesa. Komunikacijske kompetencije. Javni nastup. Nastup u televizijskom programu. Nastup u radioemisiji. Intervju.				
<i>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</i>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>		<b>UDIO U ECTS-u</b>		<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60		2		Max 10%
Praktični rad	30		1		Max 20%
Ispit na predroku ili pismeni ispit	30		1		Max 20%
Usmeni ispit	30		1		Max 50%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ŠKARIĆ, I., <i>Temeljci suvremenog govorništva</i>, Školska knjiga, Zagreb, 2000.</li> <li>- LEINERT NOVOSEL, S., <i>Komunikacijski kompas</i>, Plejada, Zagreb, 2015.</li> <li>-</li> <li>- VALENTINE, N. <i>Transform Your Public Speaking</i>, New York, Penguin Books USA Inc, 1993.</li> <li>- KUKIĆ, D. <i>Komuniciranje i komunikacijske vještine</i>. On-line izdanje, <a href="http://unze.ba/komuniciranje">http://unze.ba/komuniciranje</a>. 2013.</li> </ul>				



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Globalizacija i odnosi s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJB641
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	6.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objasniti povezanost razvoja odnosa s javnošću sa procesima globalizacije svijeta. U tom kontekstu kroz kolegij se komparira proces nastanka modernog i suvremenog oblika umreženog javnog mnijenja, poglavito sa stajališta značenja elektroničkih medija koji su ovom procesu bitno pridonijeli, navest će se neke od glavnih promjena s kojima se suočavaju odnosi s javnošću u ovom kontekstu,</li> <li>- Upoznati studente sa konceptima modela odnosa s javnošću u međunarodnim komunikacijskim tokovima a posebno će se razmotriti nove uloge u državnim i javnim ustanovama,</li> <li>-Prezentirati studentima tehnike i alate odnosa s javnošću u međunarodnim kampanjama</li> <li>- Predstaviti glavne aktere na globalnoj razini, njihove organizacijske specifičnosti i komunikacijske ciljeve.</li> <li>- Objasniti mogućnosti koje masovni mediji pružaju odnosima s javnošću kroz svoju globalnu mrežu.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija položenog ispita studenti će:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati modele i ulogu odnosa s javnošću u kontekstu organizacija koje djeluju na međunarodnoj razini;</li> <li>- Klasificirati načine primjene odnosa s javnošću u interkulturalnom kontekstu;</li> <li>- Razviti kritičku percepciju o učincima korištenja masovnih medija i značenju medijskih divova u suvremenim odnosima s javnošću;</li> <li>- Evaluirati komunikacijske trendove i procese, te vredovati njihov utjecaj na heterogene javnosti u današnjem svijetu /međunarodnoj zajednici/</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Pojam globalizacije vezan je i neodvojiv je od informacijsko-komunikacijskog konteksta. Kao posljedica djelovanja na više sfera i razina nastaje koncept globalne javne sfere, koja je više nego ikada aktivna zahvaljujući pitanjima poput okoliša, terorizma, ljudskih prava... Globalne promjene i odnosi s javnošću gotovo usko su povezani s recipročnim utjecajem, naime niti jedna organizacija ne može uspješno funkcionirati na međunarodnoj razini bez strateškog komuniciranja s druge strane internacionalizacija odnosa s javnošću stavlja nove zadatke pred djelatnike odnosa s javnošću. Znanja o drugim kulturama, sustavima medija i komunikacijskim praksama predstavljaju okvir za djelovanje na međunarodnom planu za koje se svaki suvremeni djelatnik odnosa s javnošću mora pripremiti. Međunarodni odnosi s javnošću zahtijevaju širi pristup u proučavanju učinkovitih načina komuniciranja organizacija kao otvorenih sustava, koje uveliko ovise o spobnostima prilagodbe vrijednostima, uvjerenjima i običajima različitih kulturnih okvira u kojima djeluju.</p>				

<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	Max 20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	60	2	Max 70%
<b>Obvezna literatura:</b>	TOMIĆ, Z. <i>Odnosi s javnošću – teorija i praksa</i> , Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016. str. 1227.-1299. STREET, J. <i>Masovni mediji, politika i demokracija</i> , Biblioteka Politička misao – FPZG, Zagreb, 2003.		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Uvod u teoriju države i prava</b>			Kod kolegija	FFOJB642
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Preddiplomski studij			Godina studija	I. treća
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	šesti	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni	<i>Preduvjeti:</i>		<i>Usporedni uvjeti:</i>	
<i>Ciljevi kolegija:</i>	- Upoznati studenata sa osnovnim elementima države kao organizacije , o specifičnostima države u odnosu na druge organizacije, državnim djelatnostima , te državnim oblicima.				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	<p>Nakon uspješno savladanog gradiva studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-definirati i objasniti temeljne pojmove države i prava;</li> <li>-identificirati posebne karakteristike države i razlike u odnosu na druge organizacije;</li> <li>-objasniti i analizirati osnovne elemente države,organe,te nadležnosti;</li> <li>-definirati i pojasniti glavne državne djelatnosti, njihov odnos i nadležnosti;</li> <li>-prepoznati i opisati glavne oblike države;</li> <li>-steći sposobnost sustavnog i smislenog argumentiranja.</li> </ul> <p style="text-align: center;">-</p>				
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	<p>Pojam države. Karakteristike države kao organizacije ( suverenost državne vlasti, globalni i politički karakter, oružana, ekonomska i ideološka moć države, državno stanovništvo i teritorij). Sastav državne organizacije ( državne službene osobe, državni organi, nadležnost). Državne djelatnosti.</p> <p>Oblici države. Oblik vladavine,oblik državnog uređenja, politički sistem, centralizacija i decentralizacija.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	10%		
Seminarski rad (pismeni)	15	0.5	10%		
Kolokviji (x2) i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	30	1	30%		
	60	2	50%		
<i>Obvezna literatura:</i>	Visković Nikola, Država i pravo ( sva izdanja), (relevantna poglavlja				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Međunarodni politički odnosi</b>			Kod kolegija	FFOJB532
<i>Studijski program Ciklus</i>	preddiplomski sveučilišni studij			Godina studija	III.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	6	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:          Prezentirati studentima teme iz povijesti međunarodnih političkih odnosa.          Definirati njihove temeljne kategorije.          Upoznati studente s osnovnim pojmovima međunarodnih odnosa, počevši od nastanka znanosti o međunarodnim odnosima pa do međunarodnih političkih odnosa u današnjem suvremenom svijetu/svijetu globalizacije.          Ukazati na značaj i utjecaj međunarodnih političkih odnosa na međunarodnu zajednicu u realnom vremenu.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanij predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:          Posjedovati potrebno i dostatno znanje o međunarodnim odnosima, ali i tzv. opću kulturu o ovoj znanstvenoj disciplini.          Definirati temeljna kretanja u današnjem svijetu /međunarodnoj zajednici/          Koristiti stečena znanja za poboljšanje kvalitete njihova „snalaženja”, poimanja i djelovanja u mikro i makro-društvenoj zbilji.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Elaboriranjem i analiziranjem događanja iz suvremene povijesti međunarodnih političkih odnosa /s posebnim osvrtom na razdoblje bipolarne podjele svijeta odnosno hladnoga rata/, dakako, uz prethodno izloženi pregled nastanka i povijesnoga razvitka znanosti o međunarodnim odnosima, dati će se podloga razumijevanju aktualnih fenomena i njihova položaja u teorijskim kategorijama.          Posebna pozornost bit će posvećena upoznavanju, objašnjavanju i svojevrsnom „propitivanju” središnjih tema međunarodnih političkih odnosa unutar međunarodne zajednice odnosno djelovanju međunarodnih čimbenika u tom procesu.          Na tom tragu nezaobilazno je upoznavanje s teorijskim okvirom međunarodnih odnosa odnosno s ulogom: pristupa proučavanju međunarodnih odnosa, faktora međunarodnih odnosa, subjekata međunarodnih odnosa, tipova međunarodnih odnosa, načina i sredstava općenja u međunarodnim odnosima te međunarodne zajednice kao takve, njezine strukture i položaja država u takvoj strukturi.          Te kategorije su postavljene kao stožeri analize oko kojih se nastoje sagledati prošlost i sadašnjost, ali i anticipirati i „projicirati” budućnost međunarodnih političkih odnosa.          Literatura i tekstovi koji bivaju analizirani odgovaraju tematici kolegija i upućuju studente na samostalan rad.          Dakle, bit ovoga kolegija je: sustavno izlaganje o glavnim</p>				

	sastavnicama međunarodnih političkih odnosa i osposobljavanje studenata za daljnje praćenje problematike u međunarodnim okvirima, u međunarodnoj zajednici danas.		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 40%
Završni usmeni ispit	60	2	Max 50%
<b>Obvezna literatura:</b>	<p>VUKADINOVIĆ, R., <i>Međunarodni politički odnosi</i>, Politička kultura, Zagreb, 2004.</p> <p>VUKADINOVIĆ, R., <i>Međunarodni odnosi od hladnoga rata do globalnoga poretka</i>, AKD, Zagreb, 2001.</p> <p>VUKADINOVIĆ, R. ČEHULIĆ, L. LOVRIĆ, D., <i>NATO u međunarodnim odnosima</i>, Poslijediplomski studij Međunarodni odnosi Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2006.</p> <p>Grupa autora, <i>Međunarodni odnosi</i>, Zbornik radova Poslijediplomskoga studija Međunarodni odnosi Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2003.</p>		

<b>Naziv kolegija</b>	<b>Novi mediji i odnosi s javnošću</b>		<i>Kod kolegija</i>	FFOJM101
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću 2. ciklus - diplomski jednopredmetni studij		<i>Godina studija</i>	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<b>Semestar</b>	1.	<i>Broj sati po semestru (p+v+s)</i> 15+30+0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<b>Preduvjeti:</b>		<i>Usporedni uvjeti:</i>
<i>Ciljevi kolegija:</i>	Cilj kolegija je upoznati studente s funkcijama i ulogom novih medija u različitim okruženjima te istražiti perspektive, mogućnosti i značaj novih medija na području odnosa s javnošću u pogledu unaprjeđenja komuniciranja i utjecaja komunikacijskih tehnologija na društvene promjene.			
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	<p>Nakon položenog kolegija studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati nove medije i prepoznati njihove karakteristike</li> <li>- vrednovati različite web 2.0 alate</li> <li>- odabrati društveni medij primjeren određenoj situaciji</li> <li>- upotrijebiti komunikacijske tehnologije za poslovno okruženje</li> <li>- razviti strategiju korištenja komunikacijskih tehnologija u poslovne svrhe</li> <li>- razlikovati internetske servise i njihovu primjenu u odnosima s javnošću</li> </ul>			
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definicija novih medija</li> <li>- Povijest i razvoj novih medija</li> <li>- Novi mediji u odnosima s javnošću – primjeri dobre prakse</li> <li>- Evolucija weba</li> <li>- Web 2.0 i društveni mediji</li> <li>- Web 2.0 u poslovnom okruženju</li> <li>- Uloga komunikacijskih tehnologija u različitim okruženjima</li> <li>- Primjena komunikacijske tehnologije u različitim okruženjima</li> </ul>			
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>				
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>	
Pohađanje nastave i aktivnost na nastavi	45	1.5	-	
Praktičan rad	60	2	Max 60%	
Završni ispit	45	1.5	Max 40%	
<b>Obvezna literatura:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ogrizek Biškupić, Ivana; Banek Zorica, Mihaela: <i>Web tehnologije</i>, Visoka škola za poslovanje i upravljanje, s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", Zagreb, 2014.</li> <li>2. Tomić, Zoran: <i>Odnosi s javnošću. Teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016.</li> <li>3. Manovich, Lev: <i>The Language of New Media</i>, Leonardo Book Series, 2001.</li> </ol>			

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Identitet i imidž države</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJM102
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Cilj kolegija je upoznati studente s važnosti identiteta i imidža država u suvremenim međunarodnim političkim i gospodarskim odnosima te načinima njegova nastajanja i mijenjanja. Objasniti povezanosti nacionalnog identiteta, imidža, reputacije, komunikacije i medija u današnjem društvu</p> <p>Naime, imidž države i njegov utjecaj na politički i gospodarski položaj države u suvremenim međunarodnim odnosima donedavno su bili prilično neistraženo znanstveno područje. Međutim, posljednjih godina objavljen je značajan broj istraživačkih radova koji se bave tom problematikom te pokazuju kako imidž ima sve veću moć u globaliziranom i komunikacijski umreženom društvu te kako se izravno odražava na uspjeh države i ostvarenje nacionalnih ciljeva. Ugled države ima izravan i mjerljiv utjecaj na gotovo svaki aspekt odnosa s drugim državama i njihovim stanovnicima te ima presudnu ulogu u njezinu ekonomskom, društvenom, političkom i kulturnom razvoju. Upravo zbog tih i drugih činjenica, upravljanje identitetom i imidžom vlastite države, postaje prioritetnim problemom bavljenja vlada i vladinih institucija sve većeg broja razvijenih ali i manje razvijenih zemalja, u nastojanju da poboljšaju međunarodni ugled, povećaju izvoz ili privuku inozemne ulagače i turiste. Vlade danas, nastojeći predstaviti državu svijetu i promovirati svoju politiku ili gospodarsku ponudu te zadobiti povjerenje, naklonost i bolji imidž koriste najsofisticiranija komunikacijska i promotivna sredstva. Tako se čak i diplomacija u svojoj izvedbi sve više približava odnosima s javnošću a njezin dio, koji je najuspješnije povezoao ta dva područja nazivamo javnom diplomacijom.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanoga kolegija student/ica će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- argumentirati izravan i mjerljiv utjecaj ugleda države na gotovo svaki aspekt odnosa s drugim državama i njihovim stanovnicima;</li> <li>- definirati značaj imidža države za njezin ekonomski, društveni, politički i kulturni razvoj;</li> <li>-razviti sposobnost kritičke analize međunarodnih medijskih i komunikacijskih procesa s posebnim naglaskom na promociju i brendiranje država,</li> <li>- vrednovati mogućnosti, načine i granice utjecaja strategija za upravljanje reputacijom države na suvremenu medijsku, komunikacijsku i promotivnu praksu;</li> <li>- analizirati praktičnu primjenu brendiranja država u svrhu davanja odgovora na postavljeno pitanje.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalni identitet kao temelj imidža i brendiranja države</li> <li>- Određenje imidža države, načini njegova nastajanja i</li> </ul>				

<b>plana (ukratko):</b>	<p>mogućnosti istraživanja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Država kao komunikacijski subjekt i objekt u međunarodnim odnosima</li> <li>- Načini i sredstva komuniciranja u međunarodnim odnosima</li> <li>- Diplomacija i diplomatsko komuniciranje</li> <li>- Odnosi s javnošću i propaganda kao sredstva komuniciranja država</li> <li>- Fenomen brendiranja država</li> <li>- Javna diplomacija</li> <li>- Uloga imidža države u međunarodnim političkim i gospodarskim odnosima</li> <li>- Koncept meke moći država</li> <li>- Koncept zemlje podrijetla</li> <li>- Država kao brend i strategija brendiranja država</li> <li>- Analiza i mjerenje imidža država kroz <i>The Nation Brands Index</i></li> <li>- Komunikacijske strategije i taktike u upravljanju nacionalnim imidžom</li> <li>- Vanjsko upravljanje nacionalnim imidžom (vanjsko brendiranje)</li> <li>- Teorija konkurentnog identiteta</li> <li>- Planiranje i provedba konkurentnog identiteta</li> <li>- Konkurentan identitet i razvoj.</li> </ul>		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 20%
Pismeni ispit	30	1	Max 30%
Završni usmeni ispit	45	1,5	Min 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SKOKO, B., <i>Država kao brend</i>, Matica hrvatska, Zagreb, 2009.</li> <li>- ANHOLT, S., <i>Konkurentan identitet. Novo upravljanje markama država, gradova i regija</i>. M PLUS, Zagreb, 2009. (odabrana poglavlja).</li> </ul>		



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Metode i tehnike istraživanja u odnosima s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJM103
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni	<i>Preduvjeti:</i>	Ne ma	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Usvajanje znanja i vještina pripreme te metodološki valjane provedbe istraživanja iz područja društvenih znanosti; razvoj sposobnosti argumentiranog zaključivanja o istraživački relevantnim pojavama temeljem prethodno provedenih istraživanja i teorija; razvoj kritičkoga mišljenja u području društvenih disciplina, posebice u kritičkom sagledavanju spoznaja dobivenih istraživačkim postupcima; usvajanje i razvoj forme pisanja znanstvenih i stručnih izvještaja koji predstavljaju iznimno važan oblik stručnog komuniciranja i odražavaju profesionalnu pismenost djelatnika u odnosima s javnošću.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Dobro ovladavanje sadržajem kolegija omogućava uspješan rad u nizu radnih situacija od kojih se mogu kratko nabrojati samo neke: dobro ovladavanje znanjima i vještinama iz kolegija daje prednost koja omogućuje studentima da budu samostalni mladi znanstvenici spremni za provjeru i korištenje metodološkog znanja u istraživanju aktualne problematike u odnosima s javnošću. Prvenstveno se pritom misli na osmišljavanje i provođenje istraživanja na svim razinama javnosti, na situacije u kojima je nužno pisati stručna i znanstvena izvješća temeljena na empirijskim podacima, ali i koristiti stručnu literaturu.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvodno predavanje. Upoznavanje studenata s ciljevima i sadržajem kolegija. Upoznavanje s obvezama tijekom semestra te sustava za praćenje i vrednovanje uspjeha.</li> <li>- Konceptualizacija pojma javnosti, razine javnosti i definiranje odnosa s javnošću.</li> <li>- Pojam znanosti i znanstvenoistraživačkog rada. Osnovne znanstvene kategorije (pojam, sud, zaključak, definicija, divizija, znanstveno otkriće, dokaz).</li> <li>- Razvoj znanosti, obilježja znanstvene spoznaje, osnovni oblici znanstvene spoznaje, klasifikacija znanosti i pojam i vrste znanstvenoistraživačkog rada.</li> <li>- Metode znanstvenog istraživanja. Klasifikacija metoda. Opće znanstvene metode.</li> <li>- Indukcija i dedukcija, analiza i sinteza.</li> <li>- Dokazivanje i opovrgavanje, metoda klasifikacije, komparacije i modeliranja.</li> <li>- Tehnike prikupljanja i obrade empirijskih podataka. Tehnike ispitivanja. Prikupljanje podataka pomoću upitnika. Anketa, intervju, upitnik. Pravljenje anketnog upitnika.</li> <li>- Anketiranje, pojam i vrste uzoraka.</li> <li>- Testiranje, vrste testova, testovi mogućnosti i testovi ličnosti</li> <li>- Skaliranje: pojam, vrste i nedostaci skaliranja. Promatranje: vrste znanstvenog promatranja, izvori suvremenih oblika promatranja.</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klasifikacija i mjerenje, eksperiment.</li> <li>- Analiza sadržaja, utemeljenje i razvoj analize sadržaja, kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja i statističke obrade empirijskih podataka.</li> <li>- Dijelovi znanstvenog djela.</li> <li>- Dokumentacijska osnova rukopisa.</li> </ul>		
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni)	30	1	Max 10%
Predrok ili pismeni ispit	30	1	Max 40%
Usmeni ispit	45	1,5	Min 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KUKIĆ, S., MARKIĆ, B.: <i>Metodologija društvenih znanosti, Metode, tehnike, postupci i instrumenti znanstvenoistraživačkog rada</i>, Mostar, 2006.</li> <li>- LAMZA-POSAVEC, V., <i>Javno mnijenje</i>, Alineja, Zagreb, 1995.</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Etika u odnosima s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJ M105
<i>Studijski program Ciklus</i>	Studij Odnosi s javnošću Diplomski studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	I.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Upis I. godine DS	<i>Usporedni uvjeti:</i>	
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente sa suvremenim tržišnim kontekstom građanske kulture gdje PR praktičari susreću brojne etičke dileme</li> <li>- prepoznati važnost etike u poslovnom djelovanju i komunikaciji</li> <li>- objasniti važnost etike kao temelja profesionalizma</li> <li>- upoznati studente s društveno prihvatljivim poslovanjem moralno spornim pitanjima s kojima se mogu susretati</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija student će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prepoznati povezanost odnosa s javnošću i etike</li> <li>- prepoznati znanja koja se stječu ovim kolegijem kao osnovu za razvoj moralnih vrijednosti u vođenju uspješnog i društveno prihvatljivog komuniciranja</li> <li>- primijeniti naučeno na donošenje poslovnih odluka</li> <li>- ocijeniti važnost interaktivnoga i moralno prihvatljivog transmitiranja pristojnog ponašanja u poslovnom komuniciranju</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kako je za jednosmjerni komunikacijski obrazac autoritarnoga interpersonalnog modela karakteristično PR staviti u funkciju marketinga, tako u tržišnome kontekstu PR mora stajati u funkciji menadžmenta. Zato borbu za publicitetom valja zamijeniti borbom za potporom javnosti. Upoznavanje s pojedinim etičkim koncepcijama (utilitarizam, deontologija, etika karaktera) i raznovrsnim teorijama ekonomske pravednosti pridonosi svrsi tako što produbljuje razumijevanje potreba i preferencija sadašnjih i budućih potrošača u doba kad globalno gospodarstvo to isto čini. Etika u sebi nosi potencijal promjene našega mišljenja kad god menadžment zauzme neutralno stajalište između dobra i zla.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Pohađanje nastave	45	1			
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15	0,5	Max. 20%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja*	60	2	Max 20%		
Pismeni ispit	60	2	Min. 30%		
Završni usmeni ispit	45	1,5	Min. 30%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	1. Juka, S.: <i>Etika-postavke i teorije</i> , Fakultet filozofsko-humanističkih znanosti, Fram-Ziral, Mostar, 2006.				

Naziv kolegija	<b>Pretraživanje informacija</b>			Kod kolegija	FFOJM106
Studijski program Ciklus	Odnosi s javnošću			Godina studija	
ECTS vrijednost boda:	4	Semestar		Broj sati po semestru (p+s+v)	15+0+30
Status kolegija:	B	Preduvjeti:		Usporedni uvjeti:	
Ciljevi kolegija:	Ciljevi kolegija su: <ul style="list-style-type: none"> <li>• upoznati studente s različitim tipologijama i vrstama sustava za pretraživanje, pojmovnim određenjima, teorijskim konceptima, zakonitostima i praktičnim dosezima u području pretraživanja informacija te ih potaknuti na kritično promišljanje suvremenih promjena u području.</li> </ul>				
Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):	Nakon položenog kolegija studenti će znati/moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>• definirati i odrediti glavne karakteristike različitih sustava za pretraživanje</li> <li>• razumjeti razlike između različitih tipova sustava za pretraživanje</li> <li>• znati koristiti razne pretraživače prilikom pretraživanja</li> </ul>				
Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):	Pojmovna određenja: sustavi za pretraživanje, sustavi za označivanje. Pretraživanje i pregledavanje (browsing). Pretraživanje informacija (information retrieval). Modeli pretraživanja. Vrednovanje sustava za pretraživanje. Učinkovitost i djelotvornost u pretraživanju. Problem jezika u pretraživanju. Vrednovanje tražilica. Odabir izvora za pretraživanje. Osnovne i napredne tehnike pretraživanja literature uz pomoć računala i Interneta. Načini pristupa izvorima informacija.				
Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	45	1,5			
Samostalni zadaci	30	1	Max 30%		
Usmeni ispit	10	0,5	Max 30%		
Završni ispit	30	1	Min 40%		
Obvezna literatura:	Svenonius, E. Intelektualne osnove organizacije informacija. Lokve:Benja, 2005. (poglavlje 8 i 9) Dizdar, S. Od podataka do metapodataka. Sarajevo: Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, 2011. (poglavlje Pretraživanje; str. 223 – 246) Chowdhury, G.G. Introduction to modern information retrieval. London: LAP, 1999. (o kontroli jezika, evaluaciji, pretraživanju informacija) Rowley, J. The controlled versus natural indexing languages debate revisited: perspective on information retrieval practice and research. // Journal of Information Science, 20, 2(1994), str.108-119. Saračević, T. Relevantnost i kako se istraživala. Vjesnik bibliotekara Hrvatske 50, 1/2(2007), 1-26.				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Društveno odgovorno poslovanje</b>			Kod kolegija	FFOJM107
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B1)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je osposobiti studente za pravilno razumijevanje temeljnih pojmova u područjima društveno odgovornog poslovanja i etike. Po završenom kolegiju studenti trebaju samostalno razmatrati probleme vezane za društveno odgovorno poslovanje te razumjeti njegovu ulogu prilikom koncipiranja poslovnih aktivnosti i načina djelovanja.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pravilno postavljanje pozitivnih poslovnih ciljeva, razmatranje i analiziranje prema načelima društveno odgovornog i etičnog poslovanja,</li> <li>- sposobnost zaključivanja o etičkim dilemama u poslovnoj praksi i načinu njihova rješavanja,</li> <li>- razumijevanje uloge i značaja društveno odgovornog poslovanja prema internim i eksternim zainteresiranim skupinama te kreiranje poslovnih aktivnosti slijedeći pravac održivog razvoja i zaštite okoliša.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Uvod u društveno odgovorno poslovanje i poslovnu etiku: pojam i definicija. Moralna ispravnost poslovanja i društvena odgovornost tvrtke: odnos moralnosti i profitabilnosti. Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša. Društveno odgovorno poslovanje: interna i eksterna dimenzija. Poslovni bonton. Poslovno komuniciranje. Korporativni protokol.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	Max 10%		
Seminarski rad (pismeni)	15	0,5	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja*	45	1,5	Max 40%		
Pismeni ispit*	45	1,5	Max 40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KOTLER, P.; Lee, N. <i>Društveno odgovorno poslovanje: Suvremena teorija i najbolja praksa</i>, Zagreb, 2009.</li> <li>- KRKAČ, K., ur., <i>Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost</i>, Mate, 2007</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Modeli odnosa s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJM104
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	1.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je upoznati studente s modelima odnosa s javnošću, njihovom primjenom, karakteristikama i funkcijama unutar organizacija, te objasniti značaj modela odnosa s javnošću za postizanje organizacijskih ciljeva i izgradnju odnosa s relevantnim javnostima.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija student/ica će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati teorijske osnove modela odnosa s javnošću i prepoznati njihove karakteristike;</li> <li>- Vrednovati načine njihove integracije unutar organizacija;</li> <li>- Razlikovati i usporediti komunikacijske prakse između različitih modela;</li> <li>- Evaluirati primjenjivost određenog modela pri provedbi programa odnosa s javnošću u različitim sektorima .</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modeli odnosa s javnošću (organizacijska i heuristička funkcija);</li> <li>- Grunig-Huntovi modeli odnosa s javnošću;</li> <li>- Model tiskovne agenture i publiciteta, povijesni razvoj, publicitet i oglašavanje;</li> <li>- Model javnog informiranja, Ivy L. Lee <i>Deklaracija načela</i>;</li> <li>- Dvosmjerni asimetrični model, propagandne agencije, intelektualiziranje odnosa s javnošću;</li> <li>- Dvosmjerni simetrični model, evaluacija povratnih informacija, temeljne pretpostavke simetrične koncepcije odnosa s javnošću;</li> <li>- Model otvorenih sustava, karakteristike organizacijskih sustava, proaktivni i reaktivni programi odnosa s javnošću;</li> <li>- Kibernetički model o-j-a, teorija sustava;</li> <li>- Okoline relevantne za organizacije, parcijalne javnosti, koncept stakeholdera;</li> <li>- Katalog kriterija za praksu odnosa s javnošću;</li> <li>- Sektorska primjena modela odnosa s javnošću s osvrtom na studiju izvrsnosti;</li> <li>- Odnosi s javnošću orijentirani ka sporazumijevanju, dijalog kao koncepcija odnosa s javnošću.</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti na nastavi	45	1	Max 10%		
Kolokviji (x2) kontinuirana provjera znanja ili završni	60	2	Max 40%		

pismeni ispit			
Završni usmeni ispit	60	2	Min 50%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Z., <i>Teorije i modeli odnosa s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb/Sarajevo, 2013.</li> <li>- KUNZICK, M., <i>Odnosi s javnošću-koncepti i teorije</i>, FPZ, Zagreb, 2006. str. 123.-183.</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Teorije odnosa s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJM208
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>-Upoznati studente diplomskog studija s najvažnijim teorijama u odnosima s javnošću.</p> <p>-Definirati pristup teorijama , pristupa se interdisciplinarno i studenti se upoznaju s brojnim teorijama bitnim za razumijevanje odnosa s javnošću na višem stupnju složenosti.</p> <p>-Upoznati studente s nastankom teorija. Teorije su nastale kao rezultat istraživanja u odnosima s javnošću i srodnim disciplinama.</p> <p>-Definirati teorije koje postaju praktičan vodič budućim specijalistima u odnosima s javnošću.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <p>-Definirati teorije odnosa s javnošću kao važan aspekt u bolje razumijevanje odnosa s javnošću u kontekstu srodnih disciplina.</p> <p>-Poznavati ključnih teorija , što će biti temelj za usvajanje znanja neophodnih za provedbu simetričnih i izvrsnih odnosa s javnošću.</p> <p>-Studenti diplomskog studija poznavat će strateške odnose s javnošću, a to znači da će poznavati stratešku primjenu odnosa s javnošću u organizacijama.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Studenti se upoznaju s ključnim teorijama u odnosima s javnošću kao što su teorija sustava, mreže, dionika, korištenja, dvostupanjskog tijeka, situacijska teorija, teorija pristupa, izvrsnosti, dnevnog reda, teorija zavisnosti od medija, spiralne šutnje, okvira, društvenog učenja i dr.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%		
Seminarski rad (pismeni)	30	1	Max 10%		
Pismeni ispit	30	1	Max 40%		
Usmeni ispit	45	1,5	Min 40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	- TOMIĆ, Z. <i>Teorije odnosa s javnošću</i> , Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2013.				



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Vizualna komunikacija</b>			Kod kolegija	FFOJM209
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30 + 15 + 0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj je nastave kolegija <i>Vizualna komunikacija</i> studente upoznati s načinima na koje koristimo i razumijemo slike, kako stvaramo značenje te im pomoći razumjeti koju ulogu vizualno ima u našoj medijskoj kulturi te zašto gotovo da ne postoji područje ljudskoga djelovanja za koje nije važna brzina i kakvoća vizualnog opažanja, sposobnost prepoznavanja vizualnih poruka i simbola, estetska osjetljivost, sposobnost predočavanja kroz skice ili nacрте, stvaralačko mišljenje. Studenti će se na kolegiju upoznati i s analizom narativa kao kvalitativnom metodom istraživanja medijskog teksta.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog kolegija studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analizirati vizualne komunikacije u medijima</li> <li>- razlikovati medijsku estetiku u tehnološkim inovacijama</li> <li>- prepoznati i otkloniti vizualne medijske manipulacije</li> <li>- opisivati elemente vizualne komunikacije preciznim i konvencionalnim terminima</li> <li>- napisati vlastiti kritički osvrt na medijsku sliku svijeta</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Kolegij je osmišljen kao u uvod u svijet sveprisutnih medijskih vizualnih komunikacija, detaljno raščlanjivanje neverbalne komunikacije pri javnim nastupima na vokalnu i non-vokalnu komunikaciju te paraverbalne znakove. Razvijat će se metode promatranja u sociokulturnim istraživanjima, pozitivističko razumijevanje vidljivoga, analizirati uloga oka i slike sa stajališta medijskih trendova manipulacije događajima i izjavama. Studenti stječu i osnovna, temeljna znanja o pojmovima likovna umjetnost, grafički dizajn, fotografija, plakat, film, televizija, reklame, vizualni sadržaji na <i>webu</i> , videoigre i ulične vizualne komunikacije.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	45	1,5	Max 20%		
Samostalni zadaci	30	1	Max 20%		
Praktični ispit	30	1	Max 20 %		
Pismeni ispit	45	1,5	Min 40 %		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PAIĆ, Ž., <i>Vizualne komunikacije</i>, Centar za vizualne studije, Zagreb, 2008.</li> <li>- PEASE A., <i>Govor tijela, Kako misli drugih ljudi pročitati iz njihovih kretnji</i>, AGM, Zagreb, 2007.</li> <li>- GOTTESMAN, D., MAURO, B. <i>Umijeće javnog nastupa. Osvojite govornicu koristeći se glumačkim vještinama</i>, Jesenski i Turk, Zagreb, 2006.</li> <li>- CAR, V., <i>Televizija u novomedijskom okruženju</i>, Medijske studije 1, 2010.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Organizacijska kultura</b>			Kod kolegija	FFOJM210
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Sinteza teorijskih i praktičnih spoznaja o organizacijskoj kulturi.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Studenti će biti upućeni na važnost razumijevanja organizacijske kulture te namogućnost njezina upravljanja, poboljšanja i promjene, kao i implikacije tih aktivnosti na organizacijsku uspješnost.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Pojam i važnost organizacijske kulture. Vrste i elementi organizacijske kulture. Tipologija organizacijske kulture. Upravljanje organizacijskom kulturom. Organizacijska kultura kao kontekst djelovanja. Istraživanja organizacijske kulture.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)		UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje i aktivnosti u nastavi	45		1,5	10%	
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15		0,5	10%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	45		1,5	40% (2x20%)	
Usmeni ispit	45		1,5	40%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ŽUGAJ, M., BOJANIĆ-GLAVICA, B., BRČIĆ R. i ŠEHANOVIĆ, J., <i>Organizacijska kultura</i>, TIVA i FOI, Varaždin, 2004. (odabrana poglavlja)</li> <li>- ĆORIĆ, N., <i>Korporativna komunikacija</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2018. (odabrana poglavlja)</li> <li>- ROUSE, M., ROUSE, S., <i>Poslovne komunikacije – kulturološki i strateški pristup</i>, Masmmedia, Zagreb, 2005. (odabrana poglavlja)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Korporativni identitet</b>			Kod kolegija	FFOJM211
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I. god. DS
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	Obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>		<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<i>Ciljevi kolegija:</i>	Stjecanje znanja o mjestu i ulozi korporativnog identiteta u funkcioniranju suvremenih organizacija.				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	Nakon odslušanog kolegija student će u potpunosti razumjeti vrijednost i značaj korporativnog identiteta kao bitne komponente korporativnog imidža i korporativne reputacije u suvremenom poslovnom okruženju. Također, student će nakon odslušanog kolegija usavršiti i značaj praktične primjene svih elemenata korporativnog identiteta pri kreiranju razvojnih strategija, a zarad stjecanja konkurentske prednosti i uspješnog pozicioniranja u odnosu na različite interesno utjecajne skupine.				
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	Povijesni razvoj korporativnog identiteta; Konceptualni okvir korporativnog identiteta; Elementi korporativnog identiteta; Ciljevi korporativnog identiteta; Analiza korelacije između korporativnog identiteta i pozicioniranosti organizacija; Izravni utjecaj korporativnog identiteta na korporativni imidž i korporativnu reputaciju.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Prisutnost i aktivnost na nastavi	45	1,5	Max 10%		
Esej	15	0,5	Max 10%		
Projektni rad - prezentacija	30	1	Max 40%		
Završni ispit (pismeni)	30	1	Max40 %		
<i>Obvezna literatura:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kostić-Stanković M, (2011), Integrisane poslovne komunikacije, FON Menadžment, Beograd, ISBN 978-86-7680-237-1.</li> <li>- Ćorić, N. (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb/Sarajevo</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Upravljanje događajima</b>			Kod kolegija	FFOJM212
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su stjecanje teorijskih i praktičnih znanja i vještina te upoznati studente sa ulogom i značajem događaja u suvremenom poslovanju i životu, vrstama događaja poslovni, kulturni, turistički, vjerski, sportski, politički, itd. te kako osmisliti, dizajnirati, planirati, pozicionirati, organizirati, voditi i održati događaje, nadzirati i kontrolirati njihovu pripremu, provedbu i učinke, upravljanjem ljudskim resursima (zaposlenim i volonterima), zakonskim odredbama, rizicima, sigurnosti.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon što odslušaju i polože ovaj kolegij studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• primijeniti analitička i kritička mišljenja o osnovnim vrstama i oblicima događaja u različitim sferama života i rada (poslovanja)</li> <li>• dizajnirati i planirati događaje koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja</li> <li>• istražiti određena područja interesa, potrebe i mogućnosti organizacije različitih događaja u određenim oblastima</li> <li>• kreirati organizaciju za izvedbu događaja te voditi</li> <li>• analizirati i istražiti potrebu za ljudskim resursima (zaposlenim i volonterima) te upravljati svim aktivnostima upravljanja ljudskim resursima</li> <li>• voditi, motivirati, upravljati grupama i timovima, te, komunikacijom u realizaciji događaja</li> <li>• kontrolirati i nadzirati realizaciju događaja, predvidjeti učinke i uspjeh, te razinu sigurnosti</li> <li>• analizirati i utvrditi potrebe za marketingom i odnosima s javnošću te njihov značaj za sam događaj ali i organizaciju</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Uvod u kolegij, Definicija događaja, Određivanja uloge i značaja događaja, Vrste i oblici događaja, Koncept i dizajn događaja, Izvedivost, Planiranje događaja i Protokol, Poštivanje zakonskih odredbi, Organiziranje događaja, Logistika, Upravljanje ljudskim resursima događaja, Upravljanje rizicima događaja Izvedba događaja, Vođenje, Sigurnost i osiguranje Upravljanje masama i evakuacija, Nadzor, kontrola i evaluacija.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	20%		
Seminarski rad (pismeni)	15	0,5	10%		

Kolokviji (2 kolokvija) ili Pismeni ispit	60	2	40%
Usmeni završni ispit	15	0,5	30%
<b>Obvezna literatura:</b>	- <i>Van DerWagen, L.; Carlos, B.R.: Event Management, Mate d.o.o., 2008.</i>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s javnošću i oglašavanje</b>			Kod kolegija	FFOJM211
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Diplomski sveučilišni studij			Godina studija	I. god. DS
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	Izborni(B)	<i>Preduvjeti:</i>		<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Analiza odnosa između dviju uzajamno povezanih komunikacijskih funkcija s ciljem razumijevanja pojedinačnih vrijednosti i značaja, ali i sinergijskih efekata.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanog kolegija student će u razumjeti korelaciju odnosa s javnošću i oglašavanja, kao i njihovu funkcionalnu međuovisnost, utemeljenu na potpunom razumijevanju pojedinačnih vrijednosti i značaja. Također, student će nakon odslušanog kolegija biti osposobljen praktično primijeniti tehnike i instrumente oglašavanja u kontekstu korporativne komunikacije te educiran za planiranje medijskog prostora, utemeljeno na usvojenim metodama.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Razvoj koncepata odnosa s javnošću i oglašavanja u međusobnoj interakciji. Medijski instrumenti odnosa s javnošću i oglašavanja. Ciljevi oglašavanja u odnosu na primarne i sekundarne ciljne javnosti. Utjecaj demografskih karakteristika i načina života ciljnih javnosti na oglasnu poruku. Kreativne strategije oglašavanja u obraćanju ciljnim javnostima. Metodi planiranja finansijskih sredstava za oglašavanje. Korporativno i marketinško oglašavanje.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Prisutnost i aktivnost na nastavi	45	1,5	Max 10%		
Esej	15	0,5	Max 10%		
Projektni rad - prezentacija	30	1	Max 30%		
Završni ispit (pismeni)	30	1	Max 50%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kostić-Stanković M, (2011), Integrisane poslovne komunikacije, FON Menadžment, Beograd, ISBN 978-86-7680-237-1.</li> <li>- ĆORIĆ, N., (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2018.</li> </ul>				
<b><i>Dopunska literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kostić-Stanković M, (2013), Marketinško komuniciranje u upravljanju odnosima sa kupcima, Zadužbina Andrejević, Beograd, ISSN 1821-2484.</li> </ul>				
<b><i>Dodatne informacije kolegiju</i></b>	<p>Pohađanje nastave</p> <p>Pohađanje nastave obvezatno je. Tolerira se 20% izostanaka i njih nije potrebno opravdati. Da bi se pristupilo završnomu ispitu, potrebno je iz svakoga segmenta prije njega ostvariti minimalan broj bodova (ukupno 30%); stoga je i pohađanje nastave važno za konačan zbroj bodova.</p>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Politički marketing</b>			<i>Kod kolegija</i>	FFOJM214
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			<i>Godina studija</i>	I.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	2.	<i>Broj sati po semestru (p+v+s)</i>	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upoznati studenta sa specifičnim teorijskim i aplikativnim znanjima o cjelokupnom marketinškom procesu u području neprofitnih djelatnosti i neprofitnih organizacija, a osobito političkog marketinga.</li> <li>- Uputiti studenta u sve elemente suvremene izborne kampanje što im omogućava profesionalno izvješćivanje tijekom kampanje.</li> <li>- Upoznati studenta sa strategijama izbornih kampanja gdje se posebna pozornost stavlja na izradu medija plana i komunikacijskih strategija.</li> <li>- Razvijati sposobnosti uporabe različitih komunikacijskih kanala u realnim situacijama.</li> <li>- Naučiti studenta planirati i organizirati izborne kampanje.</li> <li>- Ukazati studentima na važnost određivanja ciljeva izborne kampanje.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati pojmove političkog marketinga, političke komunikacije, izborne kampanje i sl.</li> <li>- Objasniti razlike između političke komunikacije i političkog marketinga.</li> <li>- Objasniti najčešće utjecaje medija na ponašanje birača;</li> <li>- Organizirati događaje za medije u političkim organizacijama;</li> <li>- Pisati materijale za medije;</li> <li>- Analizirati medijske objave u kojima su predmet izvještavanja političke organizacije;</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ključni pojmovi u političkom marketingu;</li> <li>- Politička komunikacija; definiranje, akteri političke komunikacije i instrumenti političke komunikacije;</li> <li>- Interni marketing,</li> <li>- Trendovi u vođenju izbornih kampanja;</li> <li>- Planiranje i organizacija izborne kampanje;</li> <li>- Stil izborne kampanje;</li> <li>- Segmentiranje izbornog tijela;</li> <li>- Teme izborne kampanje;</li> <li>- Odnosi s medijima u izornoj kampanji;</li> <li>- Reklamna i promotivna sredstva u kampanji;</li> <li>- Negativna izborna kampanja;</li> <li>- Postizborna kampanja;</li> <li>- Mediji u izornoj kampanji.</li> </ul>				

<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja</b> unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi	45	1,5	20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	45	1,5	40 %
Završni usmeni ispit	30	1	40 %
<b>Obvezna literatura:</b>	- TOMIĆ, Z., <i>Politički marketing, načela i primjena</i> , Synopsis, Sarajevo/Mostar, 2014. (odabrana poglavlja).		



<i>Naziv kolegija</i>	<b>Interpersonalna komunikacija</b>			Kod kolegija	FFOJM31 5
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću diplomski studij			Godina Studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	6	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	-	<i>Usporedni uvjeti:</i>	-
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je upoznati studente sa funkcijama i značajkama interpersonalne komunikacije, prezentirati tehnike za razumijevanje/primjenu interpersonalne komunikacije kao sredstva pomoću kojeg dvije osobe razmjenjuju informacije i međusobno utječu na svoja mišljenja i ponašanja.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanoga kolegija student/ica će moći :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-prepoznati važnost interpersonalnih komunikacijskih vještina pri ostvarivanju individualnih i relacijskih ciljeva;</li> <li>-definirati anatomiju obavijesti i značajke interpersonalne komunikacije;</li> <li>-opisati komunikacijske procese kroz uporabu svih elemenata koji utječu na njen kontekst;</li> <li>-klasificirati kognitivne i bihevioralne vještine kao dijelove komunikacijske kompetencije;</li> <li>-argumentirati zašto dolazi do nerazumijevanja u komunikaciji;</li> <li>-valorizirati utjecaj odnosne strane obavijesti na komunikacijski proces kroz uporabu transakcijskih alata;</li> <li>-primijeniti stečena znanja i vještine na praktičnoj razini za podizanje stupnja vlastite komunikacijske kompetencije.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvod u studij ljudske komunikacije</li> <li>- Značajke interpersonalne komunikacije</li> <li>- Povijest proučavanja interpersonalne komunikacije</li> <li>- Interpersonalna komunikacijska kompetencija</li> <li>- Konverzacija, tri pristupa proučavanju konverzacije</li> <li>- Kognitivne vještine</li> <li>- Bihevioralne vještine</li> <li>- Persuazija</li> <li>- O naravi odnosa</li> <li>- Interpersonalna komunikacija u različitim kontekstima</li> <li>- Anatomija obavijesti</li> <li>- Primati poruku s četiri uha</li> <li>- Susret s rezultatima primanja</li> <li>- Samoočitujuća strana obavijesti</li> <li>- Predmetna strana obavijesti</li> <li>- Odnosna strana obavijesti</li> <li>- Transakcijska analiza</li> <li>- Apelativna strana obavijesti</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		

Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	60	2	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 20%
Kolokviji (x2) i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max 30%
Završni usmeni ispit	45	1,5	Min 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	REARDON, K., <i>Interpersonalana komunikacija</i> , Alinea, Zagreb, 1998. SCHULZ VON THUN, F., <i>Kako međusobno razgovaramo I</i> , Erudita, Zagreb, 2001.		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Društvena odgovornost medija</b>			Kod kolegija	FFOJM316
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati temeljne pojmove društvene odgovornosti medija;</li> <li>- Upoznati studenata s društvenom odgovornošću medija, njihovim obvezama, dužnostima i funkcijama u suvremenom društvu;</li> <li>- Analizirati objave različitih medija i njihov utjecaj na javno mnijenje;</li> <li>- Ukazati na važnost informiranja i pisanja o ljudskim pravima;</li> <li>- Istaknuti važnost društvene odgovornosti u okviru društvenih (novih) medija;</li> <li>- Ukazati na prilagodbu masovnih medija suvremenim društvenim kretanjima.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanij predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati temeljne pojmove društvene odgovornosti medija;</li> <li>- Razumjeti odnos društva i medija;</li> <li>- Objasniti važnost pisanja o ljudskim pravima;</li> <li>- Razumjeti koje su funkcije i uloga medija u suvremenom društvu;</li> <li>- Razlikovati društvenu odgovornost objava javnih i komercijalnih medija;</li> <li>- Detektirati probleme društvenih medija (mreža) u društvenoj odgovornosti.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definiranje temeljnih pojmova;</li> <li>- Povijesni razvoj društvene odgovornosti i njeno značenje u suvremenom društvu;</li> <li>- Uloga medija u razvoju društva;</li> <li>- Odnos društva i medija - medijski generirano društvo;</li> <li>- Medijska promocija zaštite ljudskih prava;</li> <li>- Društvena odgovornost medija prema zaštiti interesa osoba o kojima se izvještava.</li> <li>- Društvena odgovornost kao funkcija medija;</li> <li>- Obrazovna uloga medija;</li> <li>- Istraživačko novinarstvo kao pokazatelj društvene odgovornosti medija</li> <li>- Uloga profesionalizacije novinarstva u društveno odgovornom izvješćivanju;</li> <li>- Utjecaj medija na kulturna kretanja;</li> <li>- Društvena odgovornost javnih i komercijalnih medija</li> <li>- Uloga medija u konstrukciji stvarnosti;</li> <li>- Utjecaj medija na javno mnijenje;</li> <li>- Odgovornost objavljivanja na društvenim (novim) medijima.</li> </ul>				

<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>			
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>
Pohađanje nastave i samostalni zadaci	45	1,5	Max 10%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	Max 20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max 30% (2x 15%)
Usmeni ispit	45	1,5	Min 40%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BAUER, T. A., <i>Mediji za otvoreno društvo: medijska odgovornost kao temelj demokratske medijske kulture</i>, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. (odabrana poglavlja)</li> <li>- LABAŠ, D. (ur.), <i>Mediji i društvena odgovornost</i>, Hrvatski studiji, Zagreb, 2010. (odabrana poglavlja)</li> <li>- MUSA, I., <i>Medijsko pravo - sloboda izražavanja u Bosni i Hercegovini i Republici Hrvatskoj</i>, Školska naklada, Mostar, 2017. (odabrana poglavlja)</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s javnošću u političkim strankama i izvršnoj vlasti</b>			Kod kolegija	FFOJ M317
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	5	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija <i>Odnosi s javnošću u političkim strankama i izvršnoj vlasti</i> su:</p> <p><i>Upoznati studenta s programom političkih odnosa s javnošću.</i></p> <p>Naučiti kroz kolegij savladati teorijske osnove odnosa s javnošću u političkim strankama i izvršnoj vlasti.</p> <p>Savladati tehnike istraživanja i studije slučaja</p> <p>Ovladati praksom odnosa s javnošću u političkim strankama i izvršnoj vlasti na svim razinama</p> <p>Osposobiti studente da se uključe u rad u ovim institucijama nakon završetka studija.</p>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odluženih predavanja studenti će:</p> <p>Savladati teorijski okvir.</p> <p>Usvojiti istraživačke alate kako bi se istražilo područje političkih odnosa s javnošću u Bosni i Hercegovini.</p> <p>Kreirati studije slučaja.</p> <p>Upoznati i primijeniti specifične tehnike i alate u političkim odnosima s javnošću.</p>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Studenti će izučavati i istraživati sljedeće cjeline:</p> <p>Komunikacijska dimenzija političkih stranaka. Mjesto odnosa s javnošću u stranačkoj strukturi. Strateška ili taktička uloga. Uloga i zadaće odnosa s javnošću u političkoj stranci. Javnost političkih stranaka. Unutarstranačka demokracija. Odnosi s medijima. Upravljanje internim komunikacijama. Tehnike i alati stranačkih odnosa s javnošću. Vladini odnosi s javnošću. Definiranje vladinih odnosa s javnošću. Značajke vladinih odnosa s javnošću. Vlast i mediji. Dostupnost vlasti medijima. Ovisnost vlasti o medijima. Upravljanje medijima i informacijama - tehnike vladinih odnosa s javnošću. Upravljanje pristupom informacija.</p> <p>Odnos javnošću lokalnojsamoupravi.</p> <p>Odnos medijima lokalnojsamoupravi.</p> <p>Etički kodeksi državnih službenika i dr.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave	45	1,5	10%		
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	30	1	20%		
Pismeni ispit	30	1	30%		
Usmeni ispit	45	1,5	40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tomić, Z, Odnosi s javnošću, teorija i praksa, Synopsis, 2017.</li> <li>- TOMIĆ, Z. <i>Teorije odnosa s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2013.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Korporativni imidž i reputacija</b>			Kod kolegija	<b>FFOJM321</b>
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	2.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A (obvezni)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<i>Ciljevi kolegija:</i>	Sinteza teorijskih i praktičnih znanja o korporativnom imidžu i reputaciji.				
<i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i>	Studenti će biti upućeni na važnost razumijevanja korporativnog imidža i reputacije te na mogućnost njihova upravljanja, poboljšanja i promjene, kao i implikacije tih aktivnosti na ukupnu organizacijsku uspješnost u percepciji interesno utjecajnih skupina.				
<i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i>	Osnove korporativnog imidža i reputacije. Činitelji koji utječu na korporativni imidž i reputaciju. Upravljanje korporativnim imidžom i reputacijom.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)		UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje i aktivnosti u nastavi	45		1,5	Max 10%	
Seminarski rad (pismeni i usmeni)	15		0,5	Max 20%	
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30		1	30% (2x15%)	
Usmeni ispit	30		1	40%	
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brkić, N. (2007), Korporativni identitet, imidž i reputacija, skripta, Ekonomski fakultet, Sarajevo</li> <li>- Ćorić, N. (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb-Sarajevo</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Terenska praksa</b>			<b>Kod kolegija</b>	FFOJM318
<i>Studijski program Ciklus</i>	Odnosi s javnošću Diplomski sveučilišni studij			<b>Godina studija</b>	II
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	0+120+0
<i>Status kolegija:</i>	obvezni (A)	<i>Preduvjet i:</i>	-	<i>Usporedni uvjeti:</i>	-
<b>Ciljevi kolegija:</b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente sa specifičnostima konkretne organizacije i funkciji upravljanja i organizacije ureda za odnose s javnošću unutar iste,</li> <li>- osposobiti studente za razumijevanje i primjenu tehnika i alata komunikacije u struci odnosa s javnošću,</li> <li>- osposobiti studente za prikupljanje podataka potrebnih za socijalnu analizu unutarnje i vanjske okoline,</li> <li>- osposobiti studente za praktičan rad u odnosima s javnošću i komunikacijskim uredima unutar profitnih i neprofitnih organizacija.</li> </ul>				
<b>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</b>	<p>Studenti će kroz terensku praksu moći/znati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- usvojiti visoku razinu stručnog znanja o komunikacijskoj strukturi organizacije gdje je obavljao praksu,</li> <li>- primijeniti usvojene vještine kroz uporabu tehnologija komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije odnosa s javnošću unutar organizacije,</li> <li>- primijeniti metodologije prikupljanja podataka potrebnih za socijalnu analizu kroz istraživanja javnog mnijenja,</li> <li>- izraditi vlastite komunikacijske planove za suradnju s medijima i različitim vrstama javnosti,</li> <li>- razviti stručna znanja, vještine i profesionalnu etiku</li> </ul>				
<b>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</b>	<p>Terenska praksa se izvodi iz područja struke odnosa s javnošću . Studenti se upućuju u različite ustanove/organizacije koje posjeduju komunikacijske jedinice urede/odjele za odnose s javnošću, potrebne za izvođenje praktičnog dijela nastave.</p> <p>Studenti se upućuju mentoru, odnosno kontakt osobi u ustanove/organizacije koji ih usmjerava pri obavljanju samostalnih zadataka.</p> <p>Po završetku terenske prakse, studenti ispunjavaju Obrazac za terensku praksu.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
<b>OBVEZE STUDENTA</b>	<b>SATI (PROCJENA)</b>	<b>UDIO U ECTS-u</b>	<b>UDIO U OCJENI</b>		
Pohađanje prakse	90	3	-		
Studentske zadaće	30	1	-		
<b>Obvezna literatura:</b>	-				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Internetska televizija i umreženo društvo</b>			Kod kolegija	FFOJM319
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	B	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je dati studentima praktičke oblike rada na i za internetsku televiziju. Studenti će biti upoznati s teorijskim dijelom nastanka modernoga i suvremenoga oblika društva sa stajališta značenja elektroničkih medija (TV, internet u tim procesima i dr.). Naglasak se stavlja na nastanak i značenje radija, televizije i filma u nastanku masovnih pokreta, tj. umreženog društva. Studenti trebaju znati prepoznati i sudjelovati u onome što znači i donosi novim medijima posredovanjem interneta i demokracija. Također, studenti trebaju uočiti nove oblike umrežavanja društva.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Studenti će ovladati vještinama pravljenja priloga na internetskoj televiziji, ali temeljnim znanjima o teorijama nastanka i karakteristikama nastanka umreženih društava i uloge elektroničkih medija. Studenti će moći samostalno praviti televizijske sadržaje i iste objavljivati na internetu. Spajanjem televizije i interneta kao najmoćnijeg medija nastaje jedan novi proizvod medijske industrije. Studenti će moći razumjeti i analizirati nove oblike umrežavanja društva.				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Kolegij Internetska televizija i umreženo društvo daje uvid u kategorije društva i pod utjecajem mainstream medija i novih tehnologija. Poznata je teorija H. M. McLuhana o svijetu kao globalnom selu. Međutim, sintagma „umrežavanje svijeta” nastala je u 19. stoljeću. Studenti će biti upoznati s pojmom globalizacije, ali i s vezom između toga pojma i televizije. U sklopu predavanja obradit će se televizijski žanrovi, zatim internetska televizija. Objasniti će se kako funkcionira internet i koje su njegove komponente. Također, studenti će biti upoznati s praktičnim dijelom nastanka i rada internetske televizije. Sam naziv globalizacija usko je vezan i neodvojiv od informacijsko-komunikacijskoga konteksta. Dakle, kolegij Internetska televizija i umreženo društvo opisuje i analizira povezivanje različitih sustava u globalnu mrežu.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje i aktivnosti na nastavi	45	1,5	Max 20%		
Seminarski rad (pismeni)	15	0,5	Max 10%		
Predrok ili Pismeni ispit	60	2	Max 60%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CASTELLS, M., <i>Internetgalaksija. Razmišljanja o Internetu</i>, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2003.</li> <li>- CYTHIA J. A. i Leslie A. P., <i>Digitalna demokracija (Politike i politika u umreženom svijetu)</i>, Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split, 2001.</li> <li>- MCQUIN, D. <i>Televizija – Medijski priručnik</i>. Clio, Beograd, 2000.</li> </ul>				



- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>- PERIŠIN, T. <i>Televizijske vijesti</i>, Naklada Medijska istraživanja, Zagreb, 2010.</li><li>- ŠAGOLJ, S., <i>Bukvar TV novinarstva</i>, HKD Napredak, Split</li><li>- ŠAGOLJ, S., <i>Lokalne TV u globalnom selu</i>, Napredak, Split, 2005., skripta.</li></ul> |
|--|--|

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Lobiranje</b>			Kod kolegija	FFOJM320
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	3.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	izborni(B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Objasniti ulogu lobiranja kao instrumenta suvremenog komunikacijskog menadžmenta,</li> <li>-Ukazati studentima na poveznice između lobiranja i odnosa s javnošću,</li> <li>-Prezentirati studentima vrste i strategije lobiranja za utjecaj i djelovanje u društveno-političkom i korporativnom okruženju,</li> <li>-Ukazati na osnovne funkcije modela integralnog komunikacijskog menadžmenta za sustavnu pripremu lobističkih aktivnosti.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati vrste i ulogu lobiranja u kontekstu razvijanja odnosa i utjecaja na donositelje odluka,</li> <li>-analizirati vrstu i primjenu komunikacijskih kanala, u provedbi lobističkih strategija,</li> <li>-razviti kritičku percepciju o važnosti sustavne pripreme za učinkovito i ekonomično lobiranje,</li> <li>- definirati osnovne čimbenike, tehnike i alate odnosa s javnošću pri provedbi lobističkih aktivnosti.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definiranje i nastanak lobiranja</li> <li>- Lobiranje i odnosi s javnošću</li> <li>- Vrste lobiranja</li> <li>- Osnovne metode i tehnike lobiranja</li> <li>- Lobističke strategije</li> <li>- Karakteristike i rezultati uspješnog lobiranja</li> <li>- Pogreške pri lobiranju</li> <li>- Europska regulativa</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili završni pismeni ispit	45	1,5	Min 60%		
Završni usmeni ispit	30	1	Min 30%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Zoran: <i>Politički odnosi s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2017. str. 41.-93.</li> <li>- Hajoš, Boris i Skoko, Božo (ur.): <i>Odnosi s javnošću za organizacije civilnoga društva</i>, HUOJ, Zagreb, 2009. str. 89.-113.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Agencije odnosa s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJM421
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	Semestar	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	izborni (B)	Preduvjeti:	Nema	Usporedni uvjeti:	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- upoznati studente s načinom i mogućnostima rada agencija za odnose s javnošću,</li> <li>- upoznati studente sa specifičnim aktivnostima karakterističnim za rad u agencijama za odnose s javnošću,</li> <li>- osposobiti studente za samostalan rad u ovim agencijama.</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon položenog kolegija student će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirati osnovne kompetencije za rad u agencijama za odnose s javnošću.</li> <li>- prezentirati usvojeno znanje kroz samostalan rad u agencijama za odnose s javnošću na tehničkoj odnosno izvršnoj razini.</li> <li>- razviti osnovne kompetencije za rad u timovima karakterističnim za agencije za odnose s javnošću.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Nastanak prvih agencija za odnose s javnošću. Vrste agencija. Razlika između marketinških, oglasnih i reklamnih agencija te agencija za odnose s javnošću. Uloga agencija za odnose s javnošću u vođenju odnosa s javnošću organizacija i institucija; strateško planiranje; upravljanje reputacijom; upravljanje krizama i rizicima. Znanja i kompetencije potrebne za djelatnike agencija za odnose s javnošću. Prednosti agencija za odnose s javnošću pred internim odjelima za odnose s javnošću. Mane agencija za odnose s javnošću. Pregled hrvatskog tržišta agencija za OsJ. Etika u poslovanju agencija za OsJ. Korištenje novih tehnologija u radu agencija za odnose s javnošću. Poslovanje agencija za OsJ. Ustrojstvo agencija za OsJ.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI	
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		45	1,5	Min 20%	
Seminarski rad (pismeni i usmeni)		30	1	Min 20%	
Završni pismeni ispit		45	1,5	Max 60%	
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SKOKO, B. (2006.): Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, MPR, Zagreb</li> <li>- TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, (odabrana poglavlja), 2008.</li> <li>- TENCH, R., YEOMANS, L. <i>Otkrivanje odnosa s javnošću</i>, HUOJ, Zagreb. (odabrana poglavlja), 2009.</li> <li>- JUGO, D. (2012.): Strategije odnosa s javnošću, Profil, Novelti Millenium, Zagreb.(odabrana poglavlja)</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Osobni odnosi s javnošću</b>			Kod kolegija	FFOJM422
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni Studij odnosa s javnošću			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	Semestar	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	A	Preduvjeti:	Nema	Usporedni uvjeti:	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Cilj kolegija je stjecanje teorijskog znanja, iskustva i vještina o osobnim odnosima s javnošću u građenju osobnog branda, danas gotovo neophodnog svakom čovjeku, poglavito u javnim profesijama. Kroz teorijska i praktična predavanja studenti će proći trening za odnose s medijima – od prvog kontakta s novinarom, dogovaranja i vođenja intervjua, priprema za i sam nastup na radiju i televiziji, te komunikaciju s novinarima u kriznim situacijama. Fokus će biti na izučavanju onoga što novinari žele, zašto to žele te kako da im se to omogući, a da pri tom kao javne osobe pažljivo grade vlastiti prepoznatljivi imidž te stvaraju pozitivnu sliku sebe u javnosti. Nizom tehnika, upotrebljivih u bilo kakvom kontaktu s medijima, studenti će proučavati kako brendirati sebe prateći reakcije javnosti i reagirajući sukladno očekivanjima. Posebna će se pozornost posvetiti razvoju osobnog PR-a na socijalnim mrežama, analizi primjera osobnih odnosa s javnošću poznatih osobate njihove medijske komunikacije s ostalim medijskim platformama.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon položenog kolegija student će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pojasniti pojam i značaj osobnih odnosa s javnošću</li> <li>- razlikovati modele osobnih odnosa s javnošću u praksi</li> <li>- izraditi komunikacijski plan osobnog PR-a, primijeniti ga u praksi i monetizirati</li> <li>- prepoznati medijsku manipulaciju i manipulacije medijima</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	Planiranje i upravljanje osobnim odnosima s javnošću. Građenje osobnih odnosa s novinarima i medijima. Upravljanje javnostima. Modeli odnosa s javnošću i primjena na društvene mreže. Izrada strategije komuniciranja za politički PR usmjeren prema preferencijalnim glasovima. Tehnike medijskih manipulacija i manipulacijama s medijima. Neverbalna komunikacija.				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava prijenosa bodova</b>					
OBVEZE STUDENTA		SATI (PROCJENA)		UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		45		1,5	Max 20%
Seminarski rad (pismeni i usmeni)		15		1,5	Max 20%
Predrok ili Završni usmeni ispit		60		2	60%
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<p>Tomić, Z. <i>Politički odnosi s javnošću</i>, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2017. (odabrana poglavlja)</p> <p>Tomić, Z. <i>Odnosi s javnošću, teorija i praksa</i>; Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2008. (odabrano poglavlje)</p> <p>Leinert Novosel, S. <i>Komunikacijski Kompas</i>, Plejada, Zagreb, 2015.</p>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Strategije u brendiranju grada</b>			Kod kolegija	FFOJM423
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	B	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentirati studentima temeljne razloge i ciljeve primjene koncepta brendiranja u kontekstu grada ;</li> <li>- Upoznati studenata s modelima izgradnje brenda gradova, metodologijom definiranja komparativnih prednosti, područjima primjene i ulogom različitih sektora u provedbi strategije;</li> <li>- Pojasniti utjecaj masovnih medija na formiranje imidža grada;</li> <li>- Ukazati na povezanost između brendiranja gradova, globalne konkurentnosti i razvoja lokalne zajednice;</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Nakon odslušanog predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definirati temeljne pojmove vezane za urbani marketing i brendiranje gradova;</li> <li>- Argumentirati važnost brendiranja grada za optimalizaciju urbane konkurentnosti na globalnom planu;</li> <li>- Razumjeti koje su funkcije i uloga masovnih medija pri stvaranju imidža grada;</li> <li>- Detektirati glavne aktere za stvaranje partnerstva i provedbu strategije lokalnog razvoja;</li> <li>- Definirati osnovne etape u procesu brendiranja gradova;</li> <li>- Evaluirati učinke strategija brendiranja grada na konkretnim primjerima.</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Kroz kolegij se obrađuju sljedeće nastavne cjeline:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teorijski aspekti brendiranja gradova.</li> <li>- Identitet – percepcija – imidž grada.</li> <li>- Urbani marketing i brendiranje gradova.</li> <li>- Konsenzus oko zajedničke vizije razvoja kao prvi preduvjet u planiranju i provedbi strategije brendiranja grada.</li> <li>- Utjecaj masovnih medija na stvaranje imidža grada.</li> <li>- Povezanost brendiranja gradova s turističkim razvojem, kulturnom strategijom i lokalnim stanovništvom.</li> <li>- Metodološki pristupi pri oblikovanju strategije brendiranja grada.</li> <li>- Metodologija analitičkog utvrđivanja komparativnih prednosti grada.</li> <li>- Unutarnje i vanjske komunikacije konkretnog grada.</li> <li>- Strategija korisnog imidža i jačanja identiteta.</li> <li>- Izgradnja gradskog brenda.</li> <li>- Implementacija strategije brendiranja grada.</li> <li>- Komparativna analiza primjene strategije brendiranja na svjetskim gradovima.</li> </ul>				

<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>			
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI
Pohađanje nastave i samostalni zadaci	45	1,5	Max 20%
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit	30	1	Max 30% (2x 15%)
Usmeni ispit	45	1,5	Min 50%
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ANHOLT, S., <i>Places: identity, image, reputation</i>, Palgrave Macmillan, London/New York, 2010.</li> <li>- SPAHIĆ, B., <i>Imidž grada - Uvod u marketinško promišljanje grada kao proizvoda</i>, Međunarodni centar za mir Sarajevo, Sarajevo, 2001. (odabrana poglavlja)</li> </ul>		

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s javnošću u zdravstvu</b>			Kod kolegija	FFOJM424
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	4.	Broj sati po semestru (p+v+s)	30+15+0
<i>Status kolegija:</i>	izborni(B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	Ciljevi kolegija su: -Objasniti ulogu i specifičnosti odnosa s javnošću u zdravstvu, -Ukazati studentima na značaj medija u procesu oblikovanja javne slike zdravstvenih institucija, -Prezentirati studentima značenje odnosa s javnošću u kriznom komuniciranju zdravstvenih institucija , -Ukazati na važnost razvijanja komunikacijskih kanala prema ciljanim javnostima, sa posebnim osvrtom na korisnike zdravstvenih usluga.				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	Nakon odslušanih predavanja i uspješno položenog ispita studenti će znati/moći: - definirati načine primjene odnosa s javnošću u zdravstvenim institucijama, - definirati javnost i osnovne zadaće odnosa s javnošću u bolnicama, -analizirati uspješnost primjene kampanja odnosa s javnošću u komunikaciji i promociji programa zdravstvene zaštite, -razviti kritičku percepciju o važnosti razvijanja komunikacijskih kanala sa korisnicima zdravstvenih usluga,				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristike odnosa s javnošću u zdravstvu</li> <li>- Javnosti zdravstvenih institucija</li> <li>- Uloga medija u zdravstvu</li> <li>- Značaj kriznog komuniciranja u zdravstvu</li> <li>- Odnosi s javnošću u farmaceutskoj industriji</li> <li>- Marketing u javnom sektoru</li> <li>- Mjerenje i procjena uspješnosti kampanja odnosa s javnošću u zdravstvu</li> </ul>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u	UDIO U OCJENI		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	45	1,5	Max 10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja*	45	1,5	Min 50%		
Završni pismeni ispit*	45	1,5	Min 50%		
Završni usmeni ispit	30	1	Min 40%		
<b><i>Obvezna literatura:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Zoran:<i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016. str. 440.-481.</li> <li>- TENCH, Ralph, YEOMANS, Liz: <i>Otkrivanje odnosa s javnošću</i>, HUOJ, Zagreb, 2009. str. 639.-687.</li> </ul>				

<i>Naziv kolegija</i>	<b>Odnosi s javnošću u sportu</b>			Kod kolegija	FFOJM425
<i>Studijski program Ciklus</i>	diplomski sveučilišni studij			Godina studija	II.
<i>ECTS vrijednost boda:</i>	4	<i>Semestar</i>	IV.	Broj sati po semestru (p+s+v)	30+0+15
<i>Status kolegija:</i>	(B)	<i>Preduvjeti:</i>	Nema	<i>Usporedni uvjeti:</i>	Nema
<b><i>Ciljevi kolegija:</i></b>	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati povijesni razvoj odnosa s javnošću u sportu</li> <li>- Opisati posebnosti i osnovne karakteristike odnosa s javnošću u sportu i posebnosti komuniciranja sportskih kolektiva s ciljanim javnostima</li> <li>- Navesti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s javnošću u sportu</li> <li>- Definirati etička načela u odnosima s javnošću u sportu</li> <li>- Definirati kriterije u teoriji selekcije sportskih događaja u medijima</li> <li>- Navesti i opisati komunikacijske kanale u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Opisati i klasificirati tehnike i instrumente u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Opisati posebnosti komuniciranja u vremenu novih medija i specifičnosti kriznog komuniciranja u sportu</li> </ul>				
<b><i>Ishodi učenja (opće i specifične kompetencije):</i></b>	<p>Studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Navesti povijesni razvoj te posebnosti odnosa s javnošću u sportu</li> <li>- Objasniti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Primijeniti etička načela u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Primijeniti elemente iz teorije selekcije sportskih događaja u medijima</li> <li>- Primijeniti različite komunikacijske kanale u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Primijeniti pisane, govorne, vizualne, <i>event</i> i nove tehnike u sportskim odnosima s javnošću</li> <li>- Razumjeti i primijeniti posebne tehnike u predkriznom, kriznom i postkriznom razdoblju</li> </ul>				
<b><i>Sadržaj silabusa/izvedbenog plana (ukratko):</i></b>	<p>Povijest odnosa s javnošću u sportu. Medijacija sporta. Tehnike i instrumenti u sportskim odnosima s javnošću. Etička načela u sportskim odnosima s javnošću. Posebnosti elemenata iz teorije selekcije vijesti u sportu. Komunikacijski kanali u sportskim odnosima s javnošću. Krizno komuniciranje u sportu.</p>				
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar <i>Europskoga sustava prijenosa bodova</i></b>					
OBVEZE STUDENTA	SATI (PROCJENA)	UDIO U ECTS-u		UDIO U OCJENI	
Pohađanje i sudjelovanje u nastavi	45	1,5		10%	



Predrok ili završni ispit	75	2,5	90%
<b>Obvezna literatura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TOMIĆ, Z., <i>Odnosi s javnošću. Teorija i praksa. Poglavlje odnosi s javnošću u sportu</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2017.</li> <li>- VASILJ, M., <i>Sportsko novinarstvo</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo-Mostar, 2014.</li> <li>- TOMIĆ, Z. – PAVIĆ, D. – MARKIĆ, A., „Krizno komuniciranje u sportskim odnosima s javnošću“, u: <i>Medijski dijalozi</i>, Podgorica, god. IV (2011.), br. 10, str. 529-548.</li> </ul>		