



Filozofski fakultet
SVEUČILIŠTE U MOSTARU



**SVEUČILIŠTE
U MOSTARU**

**IZVEDBENI NASTAVNI PROGRAMI
DIPLOMSKOG SVEUČILIŠNOG STUDIJA
ODNOSA S JAVNOŠĆU
ZA AKADEMSKU 2024./2025. GODINU**

Mostar, u lipnju 2024.

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	NOVI MEDIJI I ODNOSI S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM101		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		15	30	0	0
Nastavnici	dr. sc. Marko Odak, izv. prof.	15	0	0	0
	Lucija Mandić, v. asist.	0	30	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Upoznati studente s funkcijama i ulogom novih medija u različitim okruženjima - Istražiti perspektive, mogućnosti i značaj novih medija na području odnosa s javnošću u pogledu unaprjeđenja komuniciranja i utjecaja komunikacijskih tehnologija na društvene promjene - Uočiti i prilagoditi se promjenjivom polju digitalnih medija u odnosima s javnošću kroz razvijanje strateških poruka u zavisnosti od sadržaja 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	prepoznaje i definira nove medije i njihove karakteristike	IU-FFOJM101-1	IU-FFOSJM-12		
	vrednuje i koristi različite web 2.0 alate	IU-FFOJM101-2	IU-FFOSJM-12		
	odabire društveni medij primjeren određenoj situaciji stvarajući utjecaj	IU-FFOJM101-3	IU-FFOSJM-12		
	upotrebljava komunikacijske tehnologije za poslovno okruženje	IU-FFOJM101-4	IU-FFOSJM-12		
	razvija strategiju korištenja komunikacijskih tehnologija u poslovne svrhe	IU-FFOJM101-5	IU-FFOSJM-12		
	razlikuje internetske servise i njihovu primjenu u odnosima s javnošću	IU-FFOJM101-6	IU-FFOSJM-12		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Definicija novih medija			
	2.	Povijest i razvoj novih medija			
	3.- 4.	Novi mediji u odnosima s javnošću – primjeri dobre prakse			
	5.	Evolucija weba			
	6.-7.	Web 2.0 i društveni mediji			
	7.-8.	Web 2.0 u poslovnom okruženju			

	9.-10.	Primjena alata weba 2.0					
	11.	Uloga komunikacijskih tehnologija u različitim okruženjima					
	12.-13.	Primjena komunikacijske tehnologije u različitim okruženjima					
	13.-15.	Kreiranje strategije korištenja novih medija u odnosima s javnošću i njihovih suvremenih odredbi					
Jezik	Hrvatski jezik						
E-učenje	Mrežna stranice predmeta na sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	-Predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) -Participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) -Istraživačke metode (projekt, primjeri dobre prakse, kreiranje strategije)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	Usmeni	Praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnost na nastavi		/	45	1.5	10%		
Praktični/projektni zadatak		IU-FFOJM101-1, 2, 3, 4, 5, 6	60	2	60%		
Završni usmeni ispit		IU-FFOJM101-1, 2, 3, 4, 5, 6	45	1.5	30%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Da bi studenti mogli izaći na završni ispit, potrebno je položiti praktični dio ispita.</p> <p>Pohađanje i aktivnost na nastavi ocjenjuje se na sljedeći način:</p> <p>neredoviti dolasci = 0% ocjene redoviti dolasci bez aktivnosti = 5.5% ocjene aktivnost samo na poticaj nastavnika = 7% ocjene samoinicijativna aktivnost = 8.5% ocjene samoinicijativna aktivnost s kvalitetnom raspravom = 10% ocjene</p> <p>Praktični dio se ocjenjuje na sljedeći način:</p> <p>manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% urađenih zadataka = 33% ocjene od 67% do 78% urađenih zadataka = 42% ocjene od 79% do 90% urađenih zadataka = 51% ocjene od 91% do 100% urađenih zadataka = 60% ocjene</p> <p>Završni usmeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način :</p> <p>manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 16.5% ocjene od 67% do 78% = do 21% ocjene od 79% do 90% = do 25.5% ocjene od 91% do 100% = do 30% ocjene</p>							

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

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni.

Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasti to	ost.	hrv .	engl.	ost .	više j ez.	knjiga	člana k	skript a	ost .
Obvezna	Digitalna transformacija: novi pristupi i izazovi u obrazovanju, Kučina Softić, Odak, Lasić-Lazić, 2021.		X	X				X			
	Web tehnologija, Ogrizek Biškupić, Ivana; Banek Zorica, Mihaela, 2014.		x	x				X			
	Odnosi s javnošću. Teorija i praksa, Tomić Zoran, 2016.	x		x				X			
	The Language of New Media, Manovich Lev, 2001.		x		x			x			
Dopunska	Novi mediji i odnosi s javnošću, Renata Demeterffy Lančić, 2010.		x	x					X		
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	STRATEŠKO KOMUNICIRANJE DRŽAVA	Kod predmeta	FFOJM111		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	dr. sc. Božo Skoko, red. prof.	10	0	8	0
	dr. sc. Marijan Primorac, doc.	20	0	7	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Upoznati studente s oblicima strateškog komuniciranja država u međunarodnim odnosima, s posebnim naglaskom na međunarodne odnose s javnošću, javnu diplomaciju i brendiranje država i nacija, - Osposobiti studente za razumijevanje međunarodnog konteksta djelovanja odnosa s javnošću, zatim prirode javne diplomacije i međuovisnosti s odnosima s javnošću, - Upoznati studente sa svim aspektima komuniciranja države kao subjekta u međunarodnim odnosima. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira i kritički vrednuje teorijski kontekst međunarodnih odnosa s javnošću za države, te komunikacijsku ulogu države kao subjekta međunarodnih odnosa.	IU-FFOJM111-1	IU-FFOSJM-6		
	Prosuduje identitet i imidž te pokušaje brendiranja pojedine države.	IU-FFOJM111-2	IU-FFOSJM-6 IU-FFOSJM-3		
	Identificira i analizira podrijetlo, razvoj i način funkcioniranja javne diplomacije te srodnih područja kao što su kulturna, gospodarska, sportska diplomacija i sl.	IU-FFOJM111-3	IU-FFOSJM-6		
	Primijenjuje temeljne vještine u upravljanju međunarodnim odnosima s javnošću i javnoj diplomaciji za države.	IU-FFOJM111-4	IU-FFOSJM-6		
	Demonstrira strateška znanja i vještine za uspješno sudjelovanje u interkulturalnoj komunikaciji te izradi komunikacijskih strategija za države.	IU-FFOJM111-5	IU-FFOSJM-15		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan	Tema			
	1.	Država kao komunikacijski subjekt / Fenomen država brendova,			

	2.	Strateški pristupi brendiranju država – upravljanje nacionalnim identitetom i imidžom					
	3.	Kulturološki profili država i naroda – razumijevanje različitosti kultura					
	4.	Javna diplomacija - podrijetlo i razvoj / Javna diplomacija kao strateško komuniciranje / Javna diplomacija i odnosi s javnošću država					
	5.	Područja djelovanja javne diplomacije					
	6.	Upravljanje informacijama / Odnosi s medijima / Međunarodni mediji / Mediji u vlasništvu država					
	7.	Promjena percepcije i imidža te upravljanje kampanjama					
	8.	Programi razmjene u kulturi i obrazovanju / Uloga kulturnih i jezičnih instituta / Razvojni i humanitarni programi / Programi prijateljstava					
	9.	Odnosi s javnošću u međunarodnom okruženju					
	10.	Nacionalno brendiranje – pojam, strategije, pristupi i taktike					
	11.	Turizam i turistička promocija u ulozi javne diplomacije					
	12.	Gospodarska diplomacija					
	13.	Kulturna diplomacija / Kultura i kreativne industrije kao sredstva javne diplomacije					
	14.	Hrvatska javna diplomacija i međunarodni odnosi s javnošću Hrvatske					
	15.	Prezentacija studija slučaja (primjeri dobre prakse)					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) - studije slučaja						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1,5	10%		
Seminarski rad (pismeni)		/	15	0,5	10%		
Kolokviji i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit		IU-FFOJM111 -1, 2, 3, 4	60	2	50%		
Usmeni ispit		IU- FFOJM111 -5	30	1	30%		
Ukupno			150	5	100%		

Način izračuna konačne ocjene

*Tijekom semestra pišu se dva kolokvija ili završni pismeni ispit. U konačnu ocjenu ulaze pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi, seminarski rad, rezultati kolokvija ili završnog pismenog ispita i ocjena usmenog završnog ispita.

Prisutnost na predavanju bodovat će se na sljedeći način:

- manje od 80% dolazaka = 0% ocjene
- manje od 85% dolazaka = 5.5 % ocjene
- manje od 90% dolazaka = 7 % ocjene
- manje od 95% dolazaka = 8.5 % ocjene
- od 95% do 100% dolazaka = 10 % ocjene

Pisanje seminarskog rada:

- Rad nije napisan. = 0 %
- Rad djelomično zadovoljava formalne kriterije. = 5,5 % ocjene
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu. = 7.5 % ocjene
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije, ali su uočene gramatičke i pravopisne pogreške. = 8,5 % ocjene
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije te je gramatički i pravopisno točan. = 10 % ocjene

Studenti rade dva kolokvija od kojih svaki nosi po 25 % ocjene i vrednuje se kao završni pismeni ispit koji nosi 50 % ocjene.

Kolokviji (X2) se ocjenjuju na sljedeći način:

- manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
- od 55% do 66% = do 13.75 % ocjene
- od 67% do 78% = do 17.5% ocjene
- od 79% do 90% = do 21.25% ocjene
- od 91% do 100% = do 25% ocjene

Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:

- manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
- od 55% do 66% = do 27.5% % ocjene
- od 67% do 78% = do 35% ocjene
- od 79% do 90% = do 42.5% ocjene
- od 91% do 100% = do 50% ocjene

Završni usmeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način

- manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
- od 55% do 66% = do 16.5% % ocjene
- od 67% do 78% = do 21% ocjene
- od 79% do 90% = do 25.5% ocjene
- od 91% do 100% = do 30% ocjene

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

- 0 – 54% nedovoljan (1)
- 55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	eng. l.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Skoko, Božo (2021.): <i>Strateško komuniciranje država – Javna diplomacija / Brendiranje država i nacija / Međunarodni odnosi s javnošću</i> , Synopsis, Zagreb-Sarajevo.	x		X				x			
Dopunska	Skoko, Božo (2009.): <i>Država kao brend</i> , Matica hrvatska, Zagreb.	x		X				x			
	Snow, N.; Taylor, P.T. (2009.): <i>Routledge Handbook of Public Diplomacy</i> , Routledge.		x		x			x			
	Sriramesh, K. i Verčič, D. (2009.): <i>The Global Public Relations Handbook</i> , Routledge.		x		x			x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	METODE I TEHNIKE ISTRAŽIVANJA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM103		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Irena Musa, izv. prof.	30	0	0	0
	Gotoran Kutle, v. asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - osposobiti studente za provedbu samostalnog istraživanja; - postići kod studenata usvajanje općih i ostalih metoda znanstvenog istraživanja - postići kod studenata valjano korištenje tehnika prikupljanja i obrade empirijskih podataka 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Spoznaju osnovne elemente znanstvene spoznaje	IU-FFOJM103-1	IU-FFOSJM-13		
	Definiraju i primijeniti osnovne metode znanstvenog istraživanja u vlastitim istraživačkim radovima	IU-FFOJM103-2	IU-FFOSJM-13		
	Upotrebljavaju osnovne tehnike prikupljanja i obrađivanja podataka u znanstvenim istraživanjima	IU-FFOJM103-3	IU-FFOSJM-13		
	Formuliraju anketni upitnik na osnovu uvida u sva pravila pri izradi istoga	IU-FFOJM103-4	IU-FFOSJM-13		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Pojam znanosti i znanstvenoistraživačkog rada			
	2.	Osnovni oblici znanstvene spoznaje			
	3.	Klasifikacija znanosti			
	4.	Znanstvena, stručna i znanstveno-stručna djela			
	5.	Odnos znanstvene metode i metodologije			
	6.	Opće metode znanstvenog istraživanja			
	7.	Ostale metode znanstvenog istraživanja			
	8.	Tehnike prikupljanja i obrade empirijskih podataka			
	9.	Anketiranje			
	10.	Ostale tehnike prikupljanja i obrade podataka			
	11.	Pisanje znanstvenog djela			
12.	Ostali dijelovi znanstvene knjige				

	13.	Citiranje i pravila citiranja					
	14.	Odlike dobrog znanstvenog stila					
	15.	Predrok, usmeni ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu e-učenja						
Metode poučavanja	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi. Studenta se potiče na kontinuirano učenje i praćenje nastavnih sadržaja kako bi tijekom provedbe mini istraživanja mogao primijeniti stečena znanja ili razjasniti nedoumice nastale tijekom učenja.						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje i aktivnost na nastavi		/	45	1.5	10%		
Praktični zadatak – mini istraživanje		IU-FFOJM103-3,4	45	1,5	40%		
Završni usmeni ispit		IU-FFOJM103-1,2,3,4	60	2	50%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi:</p> <p>manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5,5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8,5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene</p> <p>Projektni zadatak mini istraživanje – izlaganje</p> <p>Istraživanje je urađeno, ali nije usmeno prezentirano = 0% Istraživanje je loše odrađeno i rezultati su pročitani = 22% Istraživanje je djelomično nepripremljeno, uočeni su određeni nedostaci = 28% Istraživanje je kvalitetno odrađeno, ali su uočeni neki manji nedostaci u izlaganju = 34% Istraživanje je izvrsno odrađeno i prezentirano = 40%</p> <p>Završni usmeni ispit:</p> <p>manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% točnih odgovora = 27,5% ocjene od 67% do 78% točnih odgovora = 35% ocjene od 79% do 90% točnih odgovora = 42,5% ocjene od 91% do 100% točnih odgovora = 50% ocjene</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:</p> <p>0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)</p>							
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente							

(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	KUKIĆ, S., MARKIĆ, B., Metodologija društvenih znanosti: metode, tehnike, postupci i instrumenti znanstvenoistraživačkog rada, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2006.		x	x				x			
Dopunska	ZELENKA, R., Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Zagreb, 1999	x		x				x			
	LAMZA-POSAVEC, V., Javno mnijenje, Zagreb, 1995. (odabrana poglavlja).	x						x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	ODNOSI S JAVNOŠĆU U SPORTU	Kod predmeta	FFOJM112		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	dr. sc. Zoran Tomić, red. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	0	15	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Opisati povijesni razvoj odnosa s javnošću u sportu - Opisati posebnosti i osnovne karakteristike odnosa s javnošću u sportu i posebnosti komuniciranja sportskih kolektiva s ciljanim javnostima - Navesti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s javnošću u sportu - Definirati etička načela u odnosima s javnošću u sportu - Definirati kriterije u teoriji selekcije sportskih događaja u medijima - Navesti i opisati komunikacijske kanale u sportskim odnosima s javnošću - Opisati i klasificirati tehnike i instrumente u sportskim odnosima s javnošću - Opisati posebnosti komuniciranja u vremenu novih medija i specifičnosti kriznog komuniciranja u sportu 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje povijesni razvoj te posebnosti odnosa s javnošću u sportu.	IU-FFOJM112-1	IU-FFOSJM-4		
	Objašnjava kompetencije, znanja i vještine djelatnika u sportskim odnosima s javnošću.	IU-FFOJM112-2	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-2		
	Primjenjuje etička načela u sportskim odnosima s javnošću.	IU-FFOJM112-3	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-7		
	Primjenjuje pisane, govorne, vizualne, event i nove tehnike u sportskim odnosima s javnošću	IU-FFOJM112-4	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-12		
	Objašnjava i primjenjuje posebne tehnike u predkriznom, kriznom i postkriznomrazdoblju	IU-FFOJM112-5	IU-FFOSJM-4		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Povijest odnosa s javnošću u sportu.			
	2.	Organiziranje u sportskim klubovima.			
	3.	Tehnike i instrumenti u sportskim odnosima s javnošću.			
	4.	Etička načela u sportskim odnosima s javnošću			
	5.	Posebnosti elemenata iz teorije selekcije vijesti u sportu.			

	6.	Komunikacijski kanali u sportskim odnosima s javnošću.					
	7.	Organizacija sportskog ureda.					
	8.	Sportsko novinarstvo.					
	9.	Odnosi s medijima u sportu.					
	10.	Krizno komuniciranje u sportu.					
	11.	Krise u sportu.					
	12.	Digitalni mediji u sportu.					
	13.	Društveni mediji u sportu.					
	14.	Masovni mediji.					
	15.	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	Usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	45	0.5	10%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		FFOJM112-1,5	105	4.5	90%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Kolokvij (x2) se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 24,75% ocjene od 67% do 78% = do 31,5% ocjene od 79% do 90% = do 38,25% ocjene od 91% do 100% = do 45% ocjene.</p> <p>Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 49,5% ocjene od 67% do 78% = do 63% ocjene</p>							

od 79% do 90% = do 76,5% ocjene
 od 91% do 100% = do 90% ocjene.

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

- 0 – 54% nedovoljan (1)
- 55 – 66% dovoljan (2)
- 67 – 78% dobar (3)
- 79 – 90% vrlo dobar (4)
- 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasti to	ost.	hrv.	engl.	ost.	višeje z.	knji- ga	člana k	skrip- ta	ost.
Obvezna	TOMIĆ, Z., Odnosi s javnošću. Teorija i praksa. Poglavlje odnosi s javnošću u sportu, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2017.		x	x				x			
	Tomić, I., Menadžment i komunikacija u sportu Synopsis, Zagreb, 2021.		x	x				x			
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	ETIKA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM105		
ECTS	4	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	dr. sc. Ivana Primorac Bilaver, doc.	30	0	15	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - postići kod studenta prepoznavanje važnosti etičkog normiranja odnosa s javnošću - proširiti znanja studenata o važnosti etike kao temelja profesionalizma - postići kod studenta primjenu teorijskih znanjana kritički osvrt na moralno sporna pitanja prakse - proširiti znanja studenata o međunarodnim i domaćim profesionalnim pravilima i standardima te ih osposobiti za njihovo poštivanje 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira etička pitanja karakteristična za odnose s javnošću	IU-FFOJM105-1	IU-FFOSJM-7		
	Prepoznaje korijene etike u odnosima s javnošću	IU-FFOJM105-2	IU-FFOSJM-7		
	Prepoznaje moralne vrijednosti u vođenju uspješnog i društveno prihvatljivog komuniciranja	IU-FFOJM105-3	IU-FFOSJM-7		
	Raščlanjuje pojedine etičke koncepcije u odnosu na odnose s javnošću	IU-FFOJM105-4	IU-FFOSJM-7		
	Primjenjuje profesionalne standard	IU-FFOJM105-5	IU-FFOSJM-7		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Etika kao filozofska disciplina (praktična filozofija)			
	2.	Moral i etika, klasifikacija etike			
	3.	Korijen etike u odnosima s javnošću			
	4.	Etika kao temelj profesionalizma			
	5.	Etički okviri djelatnosti odnosa s javnošću			
	6.	Istina kao temeljna vrijednost			
	7.	Etika odgovornosti			
	8.	Etička načela – profesionalni kodeksi			
9.	(Ne)moralni postupci u odnosima s javnošću				

	10.	Manipulacija i prisila u marketingu i oglašavanju					
	11.	Raspodjela moralne odgovornosti u oglašavanju					
	12.	Etički obzori utemeljitelja odnosa s javnošću					
	13.	Odgovornost i povjerenje u komuniciranju krize					
	14.	Društvena odgovornost					
	15.	Regulacija u odnosima s javnošću					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	Verbalne metode: metoda usmenog izlaganja, metoda razgovora, metoda čitanja i rada na tekstu.						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
Kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	Ostalo	pismeni	usmeni	Praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave		/	30	1	10%		
Referat		IU- FFOJM105-1, 2, 3, 4, 5	30	1	10%		
Kolokvij/Pismeni ispit		IU- FFOJM105-1, 2, 3, 4, 5	30	1	40%		
Usmeni ispit		IU- FFOJM105-1, 2, 3, 4, 5	30	1	40%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Pohađanje nastave ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5,5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8,5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Referat će se bodovati na sljedeći način 0% = Rad nije napisan. 2.75% = Rad je napisan, ali samo djelomično zadovoljava formalne kriterije. 3.5% = Rad u potpunosti zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu. 4.25%= Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije, ali su uočene gramatičke I pravopisne pogreške. 5% = Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterijete, te je gramatički I pravopisno točan.</p> <p>Izlaganje referata ocjenjuje se nasljeđec i način: 0% = Rad nije usmeno prezentiran. 2.75% = Rad je djelomično pročitani i nepripremljen. 3.5% = Rad je pročitani, ali su uočeni veći nedostaci u usmenom izlaganju. 4.25% = Izlaganje je dobro pripremljeno, ali su uočene manje pravo govorne pogreške. 5% = Usmeno izlaganje je izvrsno pripremljeno.</p> <p>Pišu se dva kolokvija, te se ocjenjuju na sljedeći način:</p>							

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = 11% ocjene
 od 67% do 78% = 14% ocjene
 od 79% do 90% = 17% ocjene
 od 91% do 100% = 20% ocjene

Pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način:
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = 22% ocjene
 od 67% do 78% = 28% ocjene
 od 79% do 90% = 34% ocjene
 od 91% do 100% = 40% ocjene

Završni usmeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = 22% ocjene
 od 67% do 78% = 28% ocjene
 od 79% do 90% = 34% ocjene
 od 91% do 100% = 40% ocjene

Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:
 0 – 54% nedovoljan (1)
 55 – 66% dovoljan (2)
 67 – 78% dobar (3)
 79 – 90% vrlo dobar (4)
 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati seminarski rad, koji se odnosi na temu iz dodijeljene nastavne cjeline. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Seminarski rad se vrednuje na sljedeći način: seminarski rad je napisan, ali ne zadovoljava formalne kriterije = 5,5% (jer je 5,5 55% od 10), seminarski rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostatci na sadržajnom planu = 7 %, seminarski rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene gramatičke i pravopisne pogreške = 8.5%, seminarski rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan = 10%

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrstadjela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	Članak	Skripta	ost.
Obvezna	ČEHOK, I. i dr., <i>Etika: priručnik jedne discipline</i> , 1996.		X	X				X			
	TOMIĆ, Z.: <i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i> , 2007.		X	X				X			
	HENDRIX, J. A. : <i>Public Relations Cases</i> , 1992.		X		X			X			

	KOPREK, I.: <i>"Etički vidici čovjekove odgovornosti"</i> , <i>Obnovljeni život</i> , Zagreb; 2009, 64, 2		x	x					x			
	PRIMORAC BILAVER, I.; <i>"Odgovornost i povjerenje u medijskom komuniciranju krize"</i> , <i>HUM</i> , vol. 15., No.24., 2020., str. 60-80.	x		x					x			
Dodatne informacije o predmetu	/											

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	PRETRAŽIVANJE INFORMACIJA	Kod predmeta	FFOJM106		
ECTS	4	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		15	30	0	0
Nastavnici	dr. sc. Andrea Miljko, doc.	15	30	0	0
Ciljevi predmeta	<p>- upoznati studente s različitim tipologijama i vrstama sustava za pretraživanje, pojmovnim određenjima, teorijskim konceptima, zakonitostima i praktičnim dosezima u području pretraživanja informacija;</p> <p>- potaknuti studente na kritično promišljanje o evaluaciji pretraživanja informacija i evaluaciji (izvora) informacija te na procjenu rezultata pretraživanja</p>				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje utjecaj jezičnih fenomena u pretraživanju.	IU- FFOJM106-1	IU-OSJB-9		
	Postavlja strategiju pretraživanja.	IU- FFOJM106-2	IU-OSJB-9		
	Demonstrira pretraživanje koristeći složenu sintaksu i operatore za pretraživanje.	IU- FFOJM106-3	IU-OSJB-9		
	Razlikuje vrste pretraživanja (pretraživanje prema ključnim riječima, konceptualno/predmetno pretraživanje).	IU- FFOJM106-4	IU-OSJB-9		
	Analizira trendove u razvoju sustava za pretraživanje.	IU- FFOJM106-5	IU-OSJB-9		
	Objašnjava postupke vrednovanja pretraživanja te odnose relevantnosti, odziva i preciznosti.	IU- FFOJM106-6	IU-OSJB-9		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Pojmovna određenja: sustavi za pretraživanje, sustavi za označivanje.			
	2.	Pretraživanje i pregledavanje (browsing)			
	3.	Pretraživanje informacija (information retrieval)			
	4.	Modeli pretraživanja			
	5.	Vrednovanje sustava za pretraživanje			
	6.	Učinkovitost i djelotvornost u pretraživanju			
	7.	Odziv i preciznost			
	8.	Relevantnost i pertinentnost			
9.	Problem jezika u pretraživanju				

	10.	Prirodni jezik i jezici za označivanje					
	11.	Terminološki nadzor i indeksni jezici					
	12.	Pregled sustava za organizaciju znanja					
	13.	Booleovi operatori, jednostavna i složena sintaksa					
	14.	Ostali elementi sintakse u pretraživanju					
	15.	Priprema za ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	<ul style="list-style-type: none"> - predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) - vježbe na računalima 						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolo kvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1.5	0%		
Samostalni zadaci		IU- FFOJM106-1,2,3,4,5,6	30	1	40%		
Kolokviji ili pismeni ispit		IU- FFOJM106-1,2,3,4,5,6	45	1.5	60%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Samostalni zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% urađenih zadataka = 22% ocjene od 67% do 78% urađenih zadataka = 28% ocjene od 79% do 90% urađenih zadataka = 34% ocjene od 91% do 100% urađenih zadataka = 40% ocjene</p> <p>Kolokvij (x2) se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% urađenih zadataka = 16.5% ocjene od 67% do 78% urađenih zadataka = 21% ocjene od 79% do 90% urađenih zadataka = 25.5% ocjene od 91% do 100% urađenih zadataka = 30% ocjene</p> <p>Završni ispit se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 33% ocjene od 67% do 78% = do 42% ocjene od 79% do 90% = do 51% ocjene od 91% do 100% = do 60% ocjene</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2)</p>							

67 – 78% dobar (3)
 79 – 90% vrlodobar (4)
 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi dodatne samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Dodatni samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlast ito	ost.	hr v.	en gl.	ost .	višeje z.	knjig a	članak	skri pta	o st .
Obvezna	Od podataka do metapodataka. Dizdar, S., 2011		x			x		x			
	Relevantnost i kako se istraživala, Saračević, T., 2007		x	x					x		
	Introduction to Information Retrieval, C. D. Manning, P. Raghavan i H. Schütze, 2008.		x		x			x			
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	TEORIJE I MODELI ODNOSA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM110		
ECTS	4	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Zoran Tomić, red. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<p>Ciljevi kolegija:</p> <ul style="list-style-type: none"> -upoznati studente s modelima i teorijama odnosa s javnošću ,njihovom primjenom, karakteristikama i funkcijama unutar organizacija, - osposobiti studente za razumijevanje značaja modela i teorija odnosa s javnošću za postizanje organizacijskih ciljeva i izgradnju odnosa s relevantnim javnostima. - postići kod studenata razumijevanje interdisciplinarnostinajvažnijih teorija bitnim za razumijevanje odnosa s javnošću na višem stupnju složenosti. - osposobiti studente za klasifikaciju i praktičnu primjenu modela koji predstavljaju praktičan vodič budućim specijalistima u odnosima s javnošću. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje i uspoređuje komunikacijske prakse između različitih modela.	FFOJM110-1	IU-OSJM-2		
	Primjenjuje određeni model pri provedbi programa odnosa s javnošću u različitim sektorima.	FFOJM110-2	IU-OSJM-2		
	Definira teorijske osnove modela odnosa s javnošću i prepoznati njihove karakteristike	FFOJM110-3	IU-OSJM-2		
	Prikazuje i uspoređuje komunikacijske prakse između različitih modela	FFOJM110-4	IU-OSJM-2		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Modeli odnosa s javnošću (organizacijska i heuristička funkcija)			
	2.	Grunig-Huntovi modeli odnosa s javnošću			
	3.	Model javnog informiranja			
	4.	Dvosmjerni asimetrični model, propagandne agencije, intelektualiziranje odnosa s javnošću			
	5.	Dvosmjerni simetrični model, evaluacija povratnih informacija, temeljne pretpostavke simetrične koncepcije odnosa s javnošću			

	6.	Model otvorenih sustava, karakteristike organizacijskih sustava, proaktivni i reaktivni programi odnosa s javnošću					
	7.	Kibernetički model oja, teorija sustava					
	8.	Teorija sustava					
	9.	Teorija mreže i dionika					
	10.	Teorija dvostupanjskog tijeka					
	11.	Teorija pristupa					
	12.	Teorija izvrsnosti					
	13.	Teorija zavisnosti od medija					
	14.	Teorija društvenog učenja					
	15.	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski jezik						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/ref erat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	45	1	20%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOJM110-1,4	75	3	80%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Kolokvij(x2) ili završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 44% ocjene od 67% do 78% = do 56% ocjene od 79% do 90% = do 68% ocjene od 91% do 100% = do 80% ocjene.</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2)</p>							

67 – 78% dobar (3)
 79 – 90% vrlodobar (4)
 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi dodatne samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Dodatni samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	više jez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	TOMIĆ, Z. Teorije odnosa s javnošću, Synopsis, Zagreb/Sarajevo, 2013.		x	x				x			
	KUNZICK, M., Odnosi s javnošću-koncepti i teorije, FPZ, Zagreb, 2006. str. 123.-183.		x	x				x			
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	STUDIJE SLUČAJA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM226		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	dr. sc. Marijan Primorac, doc.	30	0	15	0
Ciljevi predmeta	<p>-upoznati studente sa temeljnim karakteristikama studije slučaja kao metode istraživanja za proučavanje fenomena unutar različitih područja odnosa s javnošću,</p> <p>- razviti kod studenata sposobnost za razumijevanje i interpretaciju studija slučaja u odnosima s javnošću.</p> <p>- osposobiti studente za samostalno kreiranje, prezentaciju i argumentaciju studija slučaja u odnosima s javnošću.</p>				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira i interpretira osnovne karakteristike studija slučaja u odnosima s javnošću ;	IU-FFOJM226-1	IU-FFOSJM-11		
	Kritički valorizira predmetni sadržaj generalizacije iz studija slučaja;	IU-FFOJM226-2	IU-FFOSJM-11		
	Interpretira kriterije za tumačenje i vrednovanje studija slučaja;	IU-FFOJM226-3	IU-FFOSJM-11		
	Identificira i definira osnovne metodološke korake za izradu studije slučaja;	IU-FFOJM226-4	IU-FFOSJM-11 IU-FFOSJM-13		
	Primijenjuje stečena znanja za izradu i prezentaciju studije slučaja u odnosima s javnošću.	IU-FFOJM226-5	IU-FFOSJM-11 IU-FFOSJM-10 IU-FFOSJM-13		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan	Tema			
	1.	Predmet proučavanja studija slučaja u kontekstu odnosa s javnošću.			
	2.	Povijesni razvoj (sociološke i antropološke perspektive).			
	3.	Teorijski model za razumijevanje studija slučaja.			
	4.	Ciljevi i dizajniranje istraživanja.			
	5.	Pojedinačni i višestruki pristup.			
	6.	Uzorkovanje			
	7.	Intrinzični i instrumentalni pristup.			
	8.	Odabir istraživačkoga pristupa i prikupljanje podataka.			
	9.	Ključne varijable- vrijeme i mjesto			
10.	Longitudinalni pristup.				

	11.	Generalizacija.					
	12.	Kriteriji za analizu i interpretaciju studija slučaja.					
	13.	Ograničenja i problemi pri provedbi studije slučaja.					
	14.	Pitanja za raspravu i prezentacije studija slučaja.					
	15.	Pitanja za raspravu i prezentacije studija slučaja.					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/refe rat	praktični/projektni zadatak	ostalo	Pismeni	Usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave		/	45	1,5	10%		
praktični/projektni zadatak		IU-FFOJM226-5	45	1,5	40%		
Pismeni ispit		IU-FFOJM226-1, 2, 3, 4, 5	60	2	50%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
U konačnu ocjenu ulaze pohađanje nastave, praktični zadatak i ocjena završnog pismenog ispita.							
Prisutnost na predavanju bodovat će se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.							
Praktični zadatak se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% = 0% ocjene od 55% do 66% = do 22% ocjene od 67% do 78% = do 28% ocjene od 79% do 90% = do 34% ocjene od 91% do 100% = do 40% ocjene							
Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 27,5% ocjene od 67% do 78% = do 35% ocjene od 79% do 90% = do 42,5% ocjene od 91% do 100% = do 50% ocjene							
Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4)							

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasti to	ost.	hr v.	engl.	ost .	višeje z.	knjiga	članak	skrip ta	os t.
Obvezna	ChristineDaymon, ImmyHolloway - Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications, Routledge (2011)		x		x			x			
Dopunska	Daniel Moss, Barbara DeSanto - Public Relations Cases, International Perspectives-Routledge (2001)		x		x			x			
	Jerry A. Hendrix, Darrell C. Hayes, Pallavi Damani Kumar - Public Relations Cases, Cengage Learning (2013)		x		x			x			
	Patricia Swann - Cases in Public Relations Management, The Rise of Social Media and Activism-Routledge (2014)		x		x			x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	VIZUALNA KOMUNIKACIJA	Kod predmeta	FFOJM209		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Bojan Hadžihalilović, red. prof.	30	0	0	0
	dr. sc. Barbara Martinović, v. asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Upoznati studente s osnovnim aspektima pojma vizualnog u kontekstu povijesti umjetnosti - Upoznati studente s različitim načinima vizualnog komuniciranja - Razviti vještine kritičkog promatranja vizualnih prikaza u različitim kontekstima medija i umjetnosti 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira elemente vizualne komunikacije i kritički vrednovati dizajn vizualnih komunikacija u svim domenama	IU-FFOJM209-1	IU-FFOSJM-1		
	Definira osnovne aspekte vizualnog u kontekstu umjetnosti i medija	IU-FFOJM209-2	IU-FFOSJM-1		
	Integrira vještine kritičkog promatranja vizualnih fenomena	IU-FFOJM209-3	IU-FFOSJM-18		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvodno predavanje			
	2.	Povijest slike			
	3.	Formalna analiza slike u umjetnosti			
	4.	Osnovni načini interpretacije slike u umjetnosti			
	5.	Semiotika i umjetnost			
	6.	Odnos forme i sadržaja u slici			
	7.	Estetski aspekt vizualnog			
	8.	Mediji kao znakovi			
	9.	Osnovne postavke McLuhana			
	10.	Osnovne postavke Flussera			
	11.	Medijska teorija kulture			
	12.	Aspekti komunikacije i informacije u kontekstu digitalnih medija			
13.	Estetika digitalnih medija				

	14.	Prakse gledanja					
	15.	Priprema za ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pisмени	usмени	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1,5	10%		
Samostalni zadaci		IU-FFOJM209-1,2,3	30	1	20%		
Pisмени ispit		IU-FFOJM209-1,2,3	30	1	30%		
Usмени ispit		IU-FFOJM209-1,2,3	45	1,5	40%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije odradio samostalne zadatke tijekom semestra.</p> <p>Prisutnost na predavanju bodovat će se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Samostalni zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% urađenih zadataka = 11% ocjene od 67% do 78% urađenih zadataka = 14% ocjene od 79% do 90% urađenih zadataka = 17% ocjene od 91% do 100% urađenih zadataka = 20% ocjene</p> <p>Pisмени dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 16.5% ocjene od 67% do 78% = do 21% ocjene od 79% do 90% = do 25.5% ocjene od 91% do 100% = do 30% ocjene</p> <p>Usмени dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 22% ocjene</p>							

od 67% do 78% = do 28% ocjene
 od 79% do 90% = do 34% ocjene
 od 91% do 100% = do 40% ocjene

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

- 0 – 54% nedovoljan (1)
- 55 – 66% dovoljan (2)
- 67 – 78% dobar (3)
- 79 – 90% vrlo dobar (4)
- 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi dodatne samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlast ito	ost.	hrv.	engl.	ost.	više j ez.	knji g a	član ak	skrip ta	ost.
Obvezna	Vizualne komunikacije, Žarko Paić, 2008.		x	x				x			
	Dizajn vizualnih komunikacija, Žiljak Gršić, Jugović, LeinerMaksan, 2022.		x	x				x			
Dopunska	VisualCommunication :ImageswithMessages ,Paul Martin Lester, 2013.		x		x			x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	ORGANIZACIJSKA KULTURA	Kod predmeta	FFOJM210		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	Dr. sc. Zoran Tomić, red. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	0	8	0
	Antonia Tomaš, predavač	0	0	7	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - upoznati studente s učinkom što ga pojedinci, grupe i strukture imaju na ponašanje unutar organizacija - osposobiti studente za primjenu znanja za poboljšanje učinkovitosti organizacije. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje organizacijsku kulturu i planira upravljanje, poboljšanje i promjene, kao i implikacije tih aktivnosti na organizacijsku uspješnost.	IU-FFOJM210-1	IU-FFOSJM-12 IU-FFOSJM-2 IU-FFOSJM-16		
	Konstruira sadržaj i obilježja individualnog ponašanja zaposlenika u organizaciji	IU-FFOJM210-2	IU-FFOSJM-12		
	Prepoznaje najčešće karakteristike organizacijske kulture, ljudskih resursa i organizacijskih promjena.	IU-FFOJM210-3	IU-FFOSJM-12		
Preuvjeti za opis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Pojam organizacijske kulture.			
	2.	Važnost organizacijske kulture.			
	3.	Vrste organizacijske kulture.			
	4.	Elementi organizacijske kulture.			
	5.	Tipologija organizacijske kulture.			
	6.	Upravljanje organizacijskom kulturom.			
	7.	Organizacijska kultura kao kontekst djelovanja.			
	8.	Istraživanja organizacijske kulture.			
	9.	Utjecaj informacijskih i komunikacijskih tehnologija na organizacijsku kulturu.			
	10.	Metode i modeli u istraživanju organizacijske kulture.			

	11.	Organizacijska kultura i djelotvornost organizacije.					
	12.	Menadžment i organizacijska kultura.					
	13.	Upravljanje organizacijskom kulturom.					
	14.	Promjene u organizacijskoj kulturi.					
	15.	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski i rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	Usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	30	1	20%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOJM210-1,3	120	4	80%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 11% ocjene manje od 90% dolazaka = 14% ocjene manje od 95% dolazaka = 17% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 20% ocjene.</p> <p>Kolokviji(x2) se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = 22% ocjene od 67% do 78% = 28% ocjene od 79% do 90% = 34% ocjene od 91% do 100% = 40% ocjene</p> <p>Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 44% ocjene od 67% do 78% = do 56% ocjene od 79% do 90% = do 68% ocjene od 91% do 100% = do 80% ocjene.</p>							

Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	Članak	skripta	ost.
Obvezna	ŽUGAJ, M., BOJANIĆ- GLAVICA, B., BRČIĆ R. i ŠEHANOVIĆ, J., Organizacijska kultura, TIVA i FOI, Varaždin, 2004. (odabrana poglavlja)		x	x				x			
	ĆORIĆ, N., Korporativna komunikacija, Synopsis, ZagrebSarajevo, 2018. (odabrana poglavlja)		x	x				x			
Dopunska	ROUSE, M., ROUSE, S., Poslovne komunikacije – kulturološki i strateški pristup, Masmedia, Zagreb, 2005. (odabrana poglavlja)		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	KORPORATIVNI IDENTITET	Kod predmeta	FFOJM211		
ECTS	4	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Milica Kostić Stanković, red. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Razviti kod studenta sposobnost poznavanja i razumijevanja o mjestu i ulozi korporativnog identiteta u funkcioniranju suvremenih organizacija. - Osposobiti studente za samostalno i kritičko razmišljanje i analizu vrijednosti i značaja korporativnog identiteta, kao i povijesti, misije, etičkih kodeksa i strategija za funkcioniranje organizacija u suvremenom poslovnom okruženju. - Osposobiti studente za poznavanje i samostalnu primjenu procesa elemenata kreiranja korporativnog identiteta i kompletnih grafičkih rješenja identiteta firme koji je predstavljen na tržištu. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Procjenjuje vrijednost i značaj korporativnog identiteta kao bitne komponente korporativnog imidža i korporativne reputacije u suvremenom poslovnom okruženju.	IU-FFOJM211-1	IU-FFOSJM-5		
	Primjenjuje sve elemente korporativnog identiteta pri kreiranju razvojnih strategija, u svrhu stjecanja konkurentske prednosti i uspješnog pozicioniranja u odnosu na različite interesno utjecajne skupine.	IU-FFOJM211-2	IU-FFOSJM-1 IU-FFOSJM-5		
	Procjenjuje značaj praktične primjene svih elemenata korporativnog identiteta pri kreiranju razvojnih strategija.	IU-FFOJM211-3	IU-FFOSJM-5		
	Planira i osmišljava uspješno pozicioniranje u odnosu na različite interesno utjecajne skupine.	IU-FFOJM211-4	IU-FFOSJM-3 IU-FFOSJM-11		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Povijesni razvoj korporativnog identiteta.			
	2.	Konceptualni okvir korporativnog identiteta.			

	3.	Elementi korporativnog identiteta.					
	4.	Ciljevi korporativnog identiteta.					
	5.	Analiza korelacije između korporativnog identiteta i pozicioniranosti organizacija.					
	6.	Izravni utjecaj korporativnog identiteta na korporativni imidž.					
	7.	Izravni utjecaj korporativnog identiteta na korporativnu reputaciju.					
	8.	Korporativna kultura.					
	9.	Korporativni identitet.					
	10.	Korporativni imidž					
	11.	Korporativna reputacija					
	12.	Sažetak predavanja i priprema za izlaganja.					
	13. -15.	Izlaganja					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze				Vrsta ispita			
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	Usmeni praktični	
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	45	1.5	10%		
Praktični dio		IU-FFOJM211-1,4	30	1	40%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOJM211-1,4	45	1.5	50%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktični dio ispita.							
Pohađanje nastave bodovat će se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene							
Praktični dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 22% ocjene od 67% do 78% = do 28% ocjene od 79% do 90% = do 34% ocjene od 91% do 100% = do 40% ocjene							
Kolokviji(x2) se ocjenjuje na sljedeći način:							

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = 13.75% ocjene
 od 67% do 78% = 17.25% ocjene
 od 79% do 90% = 21.25% ocjene
 od 91% do 100% = 25% ocjene

Završni ispit se ocjenjuju na sljedeći način:
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 27.5% ocjene
 od 67% do 78% = do 35% ocjene
 od 79% do 90% = do 42.5% ocjene
 od 91% do 100% = do 50% ocjene

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

- 0 – 54% nedovoljan (1)
- 55 – 66% dovoljan (2)
- 67 – 78% dobar (3)
- 79 – 90% vrlo dobar (4)
- 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastit o	ost .	hrv .	eng l.	ost .	višejez .	knjig a	Članak	skript a	os t.
Obvezna	Kostić-Stanković M, (2011), Integrisane poslovne komunikacije, FON Menadžment, Beograd.	x					x	x			
	Ćorić, N. (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb/Sarajevo		x	x				x			
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	UPRAVLJANJE DOGAĐAJEM	Kod predmeta	FFOJM212		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	15	0
Nastavnici	Dr. sc. Damir Vasilj, doc.	15	15	15	0
	Dr. sc. Zdenko Klepić, red. prof.	15	0	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Postići kod studenata primjenu osnovnih teorijskih znanja i vještina u organizaciji događaja. - Osposobiti studente za prepoznavanje osnovnih vrsta događaja kao i njihovom značaju u suvremenom poslovanju. - Proširiti znanja studenata o temeljnim aktivnostima event menadžmenta i njihovoj primjeni u svakodnevnom poslovanju. - Osposobiti studente za izradu plana eventa kao i njegovu provedbu. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Primjenjuje analitička i kritička mišljenja o osnovnim vrstama i oblicima događaja u različitim sferama života i rada (poslovanja).	IU- FFOJM212-1	IU-FFOSJM-8		
	Dizajnira i planira događaje koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja.	IU- FFOJM212-2	IU-FFOSJM-8		
	Prepoznaje i primjenjuje metode i tehnike upravljanja događaja.	IU- FFOJM212-2	IU-FFOSJM-8		
	Analizira i utvrđuje potrebe za marketingom i odnosima s javnošću događaj i organizaciju.	IU- FFOJM212-4	IU-FFOSJM-8		
Preuvjeti za opis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvodno predavanje, upoznavanje studenata s kolegijem.			
	2.	Definicija događaja, određivanja uloge i značaja događaja, vrste i oblici događaja.			
	3.	Koncept i dizajn događaj.			
	4.	Izvedivost i planiranje događaja.			
	5.	Protokol događaja.			
	6.	Poštivanje zakonskih odredbi.			

	7.	Organiziranje događaja i logistika.					
	8.	Upravljanje ljudskim resursima događaja.					
	9.	Upravljanje rizicima događaja.					
	10.	Izvedba događaja.					
	11.	Vođenje događaja.					
	12.	Sigurnost i osiguranje događaja.					
	13.	Upravljanje masama i evakuacija.					
	14.	Nadzor, kontrola i evaluacija događaja.					
	15.	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu e-učenja						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	60	2	10%		
Praktični/projektni zadatak		IU- FFOJM212- 1,2,3,4	30	1	30%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU- FFOJM212- 1,2,3,4	60	2	60%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi te praktični/projektni zadatak.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Samostalni projektni zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% = do 16.5% ocjene od 67% do 78% = do 21% ocjene</p>							

od 79% do 90% = do 25.5% ocjene
od 91% do 100% = do 30% ocjene.

Kolokviji (x2) se ocjenjuju na sljedeći način:
manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
od 55% do 66% = do 16.5% ocjene
od 67% do 78% = do 21% ocjene
od 79% do 90% = do 25.5% ocjene
od 91% do 100% = do 30% ocjene.

Završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način
manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
od 55% do 66% = do 33% ocjene
od 67% do 78% = do 42% ocjene
od 79% do 90% = do 51% ocjene
od 91% do 100% = do 60% ocjene.

Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:
0 – 54% nedovoljan (1)
55 – 66% dovoljan (2)
67 – 78% dobar (3)
79 – 90% vrlo dobar (4)
91 – 100% odličan (5).

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati seminarski rad.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Van DerWagen, L.; Carlos, B.R.: <i>Event Management</i> , Mate d.o.o., 2008.		X	x				X			
Dopunska	Bodwin, G. et.al.: <i>Events Management</i> , Butterworth- Heinemann, Elsavier, 2011.		X	x				X			
	Getz, D.: <i>Event Studies: Theory, research and policy for planned events</i> , Butterworth- Heinemann, Elsavier, 2009.		X	x				X			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	Sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	ODNOSI S JAVNOŠĆU I OGLAŠAVANJE	Kod predmeta	FFOJM213		
ECTS	4	Status	izborni B		
	Broj sati Nastave	Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		15	15	15	0
Nastavnici	dr. sc. Milica Kostić Stanković, red. prof.	15	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	15	15	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza odnosa između dviju uzajamno povezanih komunikacijskih funkcija. - razumijevanje pojedinačnih vrijednosti i značaja, ali isinergijskih efekata. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	razumijevanje korelacije odnosa s javnošću i oglašavanja, kao i njihovu funkcionalnu međuovisnost	IU-FFOJM213-1	IU-OSJM-12		
	klasificira faze oglašavanja	IU-FFOJM213-2	IU-OSJM-12		
	primjenjuje tehnike i instrumente oglašavanja ukontekstu korporativne komunikacije	IU-FFOJM213-3	IU-OSJM-12		
	educiran za planiranje medijskog prostora, utemeljeno na usvojenim metodama.	IU-FFOJM213-4	IU-OSJM-12		
Preuvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Funkcija i ciljevi odnosa s javnošću i oglašavanja			
	2.	Konceptualan okvir korporativnih i marketinških komunikacija			
	3.	Korporativna komunikacija u osnovi razvoja Aktivnosti odnosa s javnošću i oglašavanja			
	4.	Novimediju funkciji odnosa s javnošću i oglašavanja			
	5.	Odnosi sa medijima i oglašavanje			
	6.	Pojava hibridnih medijskih formi			
	7.	Usporedni prikaz korporativnog i marketinškog Oglašavanja			
	8.	Osnovne tehnike i sredstva oglašavanja			
	9.	Proces planiranja i realizacije oglasne kampanje			
10.	Kreativne strategije u oglašavanju				

	11.	Utvrđivanje potrebnih financijskih rezultata					
	12.	Etički standardi i društvena odgovornost u oglašavanju					
	13.	Optimizacija rasporeda oglašavanja u medijima					
	14.	Indikatori performansi odnosa s javnošću i oglašavanja					
	15.	Evaluacija kampanje odnosa s javnošću i oglašavanja					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu e-učenja						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) - projektna nastava						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
Kolokvij	seminarski rad	esej/ref erat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave		/	45	1,5	10%		
Projektni zadatak		IUFFOJM213 - 1, 2, 3, 4	30	1	10%		
Pismeni ispit		IUFFOJM213 – 1, 2, 3, 4	45	1,5	80%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5,5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8,5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene</p> <p>Izlaganje seminarskog rada: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5,5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8,5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene</p> <p>Završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 44% ocjene od 67% do 78% = do 56% ocjene od 79% do 90% = do 68% ocjene od 91% do 100% = do 80% ocjene.</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)</p>							

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):											
Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi dodatne samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Dodatni samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.											
Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	eng.	ost.	višeje z.	knjiga	članak	skri pta	os t.
Obvezna	Kostić-Stanković M, (2011), Integrisane poslovne komunikacije, FON Menadžment, Beograd, ISBN 978-86-7680- 237-1.	x				x		x			
	ĆORIĆ, N., (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb- Sarajevo, 2018.		x	x				x			
Dopunska	Kostić-Stanković M, (2013),Marketin ško komuniciranje u Upravljanju odnosima sa kupcima, Zadužbina Andrejević, Beograd, ISSN 1821-2484.	x				x		x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću						
Ciklus	1.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	/				
Godina studija	2.	Semestar	3.				
Naziv predmeta	POLITIKA I MEDIJI		Kod predmeta	FFOJM228			
ECTS	4	Status	obvezni				
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
		30	15	0	0		

Nastavnici	dr. sc. Zoran Tomić, red. prof.	30	0	0	0
	Marin Čuljak, v. asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - postići kod studenta prepoznavanje i definiranje teorijskih postavki s područja političkih odnosa s javnošću i medija; - postići kod studenta razumijevanje o specifičnostima političkih odnosa s javnošću u izvršnoj vlast, zakonodavnoj vlasti..; - razviti kod studenta razumijevanje političkih odnosa s javnošću i razlikovanja sa sličnim disciplinama; - upoznati studente s različitim tehnikama i alatima u političkim odnosima s javnošću. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira osnovne modele i teorije odnosa s javnošću	IU- FFOJM228-1	IU-FFNVBJ-1		
	Klasificira teorijske koncepte vezane uz vrste alata i tehnika u političkim odnosima s javnošću	IU- FFOJM228-2	IU-FFNVBJ-1		
	Prepoznaje koncept primjene planiranih aktivnosti političkih odnosa s javnošću u službi interesa organizacije i javnosti	IU- FFOJM228-3	IU-FFNVBJ-6		
Preuvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Definiranje političkih odnosa s javnošću			
	2.	Aktivnosti političkih odnosa s javnošću.			
	3.	Odnosi s javnošću i političke stranke.			
	4.	Tehnike i alati, specifičnosti vladinih odnosa s javnošću.			
	5.	Odnosi s javnošću i zakonodavna vlast			
	6.	Odnosi s javnošću i sudbena vlast.			
	7.	Odnosi s javnošću u izbornoj kampanji.			
	8.	Predsjednički odnosi s javnošću.			
	9.	Politički odnosi s javnošću i krizno komuniciranje.			
	10.	Komunikacija u diplomaciji, lobiranje, međukulturalna komunikacija.			
	11.	Odnosi s javnošću u policiji i vojsci			
	12.	Manipulativni odnosi s javnošću (spin doctori)			
	13.	Odnosi s javnošću i terorizam			
	14.	Etički aspekt političkih odnosa s javnošću			
15.	Sinteza i evaluacija.				
Jezik	Hrvatski				
E-učenje	Mrežna stranica predmeta na sustavu za e-učenje.				
Metode poučavanja	Predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstriranje) Participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) Vježba rada u grupama, timskog rada...				
Oblici provjere znanja (označiti)					
Vrsta predispitne obveze			Vrsta ispita		

kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični				
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni											
Obveze studenata		Kod ishoda učenja		Sati opterećenja	Udio u ECTS-u		Udio u ocjeni				
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/		45	1.5		0%				
Kolokvij ili završni ispit		IU- FFOJM228-1,2,3		45	1.5		100%				
Ukupno				90	3		100%				
Način izračuna konačne ocjene											
<p>Kolokvij ili završni ispit se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 55% ocjene od 67% do 78% = do 70% ocjene od 79% do 90% = do 85% ocjene od 91% do 100% = do 100% ocjene</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)</p>											
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):											
/											
Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Z. Tomić, 2016.	x	x	x				x			
Dopunska	Odnosi s javnošću, Cutlip, S., Center, A., 2003.		x	x	x			x			
	STRÖMBÄCK, J., KIOUSIS, S., <i>Political Public Relations</i> , Routledge, New York, 2011.		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE	Kod predmeta	FFOJM207		
ECTS	4	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	15	0
Nastavnici	dr. sc. Damir Vasilj, doc.	15	15	15	0
	dr. sc. Nino Ćorić, izv. prof.	15	0	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Postići kod studenata primjenu osnovnih teorijskih znanja i vještina u područjima društveno odgovornog poslovanja. - Osposobiti studente za prepoznavanje problematike društveno odgovornog poslovanja te razumjeti njegovu ulogu prilikom koncipiranja poslovnih aktivnosti i načina djelovanja. - Proširiti znanja studenata o temeljnim aktivnostima društveno odgovornog poslovanja. - Osposobiti studente za kreiranje i provedbu planova društveno odgovornih akcija te uklapanje iste u strategiju poslovnih organizacija. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	Primjenjuje analitička i kritička mišljenja o osnovnim vrstama i oblicima društveno odgovornog poslovanja u različitim sferama života i poslovanja.		IU- FFOJM207-1	IU-OSJM-17	
	Planira društveno odgovorne akcije koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja.		IU- FFOJM207-2	IU-OSJM-17	
	Postavlja pozitivne poslovne ciljeve te razmatra i analizira iste prema načelima društveno odgovornog poslovanja.		IU- FFOJM207-2	IU-OSJM-17	
	Analizira i utvrđuje potrebe za marketingom i odnosima s javnošću društveno odgovornog poslovanja.		IU- FFOJM207-4	IU-OSJM-17	
Preduvjeti za upis predmeta	Nema ih.				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvodno predavanje, upoznavanje studenata s kolegijem.			
	2.	Definicija društveno odgovornog poslovanja, određivanja uloge i značaja za organizaciju.			
	3.	Vrste i oblici DOPa.			
	4.	Moralna ispravnost poslovanja i društvena odgovornost tvrtke: odnos moralnosti i profitabilnosti.			
	5.	Moralna ispravnost poslovanja i društvena odgovornost tvrtke: odnos moralnosti i profitabilnosti.			
	6.	Poštivanje zakonskih odredbi i etika kao osnovna DOPa.			
	7.	Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša.			
	8.	Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša.			

	9.	Društveno odgovorno poslovanje: interna i eksterna dimenzija.					
	10.	Poslovni bonton.					
	11.	Društveno odgovorne akcije. Korporativno promoviranje društvenih ciljeva.					
	12.	Marketing tvrtke povezan s društvenim ciljevima.					
	13.	Korporativna filantropija. Društveno koristan rad.					
	14.	Društveno odgovorna poslovna praksa.					
	15.	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski jezik						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu e-učenja						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja		Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni	
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		IU-FFOJM207-1 IU- FFOJM207-2 IU- FFOJM207-3 IU- FFOJM207-4		30	1	Max. 10%	
Praktični/projektni zadatak		IU- FFOJM207-1 IU- FFOJM207-2 IU- FFOJM207-3 IU- FFOJM207-4		30	1	Max. 30%	
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU- FFOJM207-1 IU- FFOJM207-2 IU- FFOJM207-3 IU- FFOJM207-4		60	2	Max. 60%	
Ukupno				120	4	100%	
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili predroka, pohađanje i aktivnost u nastavi te praktični/projektni zadatak.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Samostalni projektni zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% = do 16,50% ocjene od 67% do 78% = do 21% ocjene od 79% do 90% = do 25,50% ocjene od 91% do 100% = do 30% ocjene.</p>							

Završni pismeni ispit ili predrok se ocjenjuju na sljedeći način
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 33% ocjene
 od 67% do 78% = do 42% ocjene
 od 79% do 90% = do 51% ocjene
 od 91% do 100% = do 60% ocjene.

Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:
 0 – 54% nedovoljan (1)
 55 – 66% dovoljan (2)
 67 – 78% dobar (3)
 79 – 90% vrlo dobar (4)
 91 – 100% odličan (5).

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati seminarski rad.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	KOTLER, P., LEE, N., <i>Društveno odgovorno poslovanje: Suvremena teorija i najbolja praksa</i> , Zagreb, 2009.		x	x				x			
	ĆORIĆ, N., <i>Korporativna komunikacija</i> , Synopsis, 2019.	x	x	x				x			
	KRKAČ, K., sur., <i>Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost</i> , Mate, 2007.		x	x				x			
Dopunska	LETICA, N., <i>Doba odgovornosti</i> , Mate.		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul			
Godina studija	2.	Semestar	3.		
Naziv predmeta	INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJA	Kod predmeta	FFOJM315		
ECTS	6	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	15	0
Nastavnici	dr. sc. Marijan Primorac, doc.	20	8	10	
	dr. sc. Iko Skoko, red. prof	10	7	5	
Ciljevi predmeta	<p>-Upoznati studente sa funkcijama i značajkama interpersonalne komunikacije,</p> <p>- Razviti kod studenata sposobnost za razumijevanje interpersonalne komunikacije kao procesa pomoću kojeg dvije osobe razmjenjuju informacije i međusobno utječu na svoja mišljenja i ponašanja.</p> <p>- Postići kod studenata sposobnost kritičkog razmišljanja o utjecaju interpersonalne komunikacijske persuzije na stavove sugovornika i sposobnost razlikovanja teorija i strategija persuzivne komunikacije.</p> <p>- Osposobiti studente za samostalnu primjenu kognitivnih i biheviornalnih interpersonalnih komunikacijskih vještina.</p>				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Prepoznaje važnost interpersonalnih komunikacijskih vještina za realizaciju individualnih i relacijskih ciljeva;	IU-FFOJM315-1	IU-FFOSJM-16		
	Definira anatomiju obavijesti i opisuje komunikacijske procese, identificira i argumentira značaj svih elemenata koji utječu na situacijski i relacijski kontekst komunikacije;	IU-FFOJM315-2	IU-FFOSJM-16		
	Klasificira kognitivne i biheviornalne vještine kao integralne dijelove komunikacijske kompetencije;	IU-FFOJM315-3	IU-FFOSJM-16		
	Valorizira ulogu i važnost odnosne strane obavijesti na komunikacijski proces kroz uporabu metodoloških alata transakcijske analize;	IU-FFOJM315-4	IU-FFOSJM-16		
	Primijenjuje stečena znanja i vještine na praktičnoj razini.	IU-FFOJM315-5	IU-FFOSJM-16 IU-FFOSJM-14		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan	Tema			
	1.	Anatomija obavijesti			
	2.	Samoočitavajuća strana obavijesti.			
	3.	Predmetna strana obavijesti/aktivno slušanje.			
	4.	Odnosna strana obavijesti/upravljanje odnosima u komunikaciji.			

	5.	Apelativna strana obavijesti/tri osnovne vrste apela				
	6.	Interpersonalna komunikacijska kompetencija				
	7.	Kognitivne vještine				
	8.	Bihevioralne vještine				
	9.	Definicija i vrste ishoda persuazije				
	10.	Varijable pri izboru strategije persuazije.				
	11.	ACE model persuazije.				
	12.	Asertivna interpersonalna komunikacija.				
	13.	Sukobi i upravljanje sukobima u interpersonalnoj komunikaciji.				
	14.	Upravljanje impresijama.				
	15.	Etika komuniciranja.				
Jezik	Hrvatski					
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje					
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)					
Oblici provjere znanja (označiti)						
Vrsta predispitne obveze				Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projekt zadatak	ostalo	Pis me ni	Us me ni praktič ni
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni						
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni	
Pohađanje nastave		/	60	2	10%	
Seminarski rad (pismeni)		/	15	0,5	10%	
Kolokviji (x2) i priprema za kontinuiranu provjeru znanja*		IU-FFOJM315-1,2,3,4,5	60	2	50%	
Pismeni ispit*		IU-FFOJM315-1,2,3,4,5	60	2	50%	
Završni usmeni ispit		IU-FFOJM315-1,2,3,4,5	45	1,5	30%	
Ukupno			180	6		
Način izračuna konačne ocjene						
Tijekom semestra pišu se dva kolokvija ili završni pismeni ispit. U konačnu ocjenu ulaze pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi, rezultati kolokvija ili završnog pismenog ispita, seminarskog rada i ocjena usmenog završnog ispita.						
Prisutnost na predavanju bodovat će se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene						
Pisanje seminarskog rada: - Rad nije napisan. = 0 % - Rad djelomično zadovoljava formalne kriterije. = 5,5 % ocjene						

- Rad u potpunosti zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu. = 7.5 % ocjene
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije, ali su uočene gramatičke i pravopisne pogreške. = 8.5% ocjene
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije te je gramatički i pravopisno točan. = 10 % ocjene.

Studenti rade dva kolokvija od kojih svaki nosi po 25 % ocjene i vrednuje se kao završni pismeni ispit koji nosi 50 % ocjene.

Kolokviji X2 se ocjenjuju na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 13.75% % ocjene

od 67% do 78% = do 17.5% ocjene

od 79% do 90% = do 21.5% ocjene

od 91% do 100% = do 25% ocjene

Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 27,5% ocjene

od 67% do 78% = do 35% ocjene

od 79% do 90% = do 42,5% ocjene

od 91% do 100% = do 50% ocjene

Završni usmeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 16.5% % ocjene

od 67% do 78% = do 21% ocjene

od 79% do 90% = do 25,5% ocjene

od 91% do 100% = do 30% ocjene

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

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlodobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasti to	os t.	hr v.	en gl.	os t.	višeje z.	knji ga	Član ak	skrip ta	os t.
Obvezna	REARDON, K., <i>Interpersonalana komunikacija</i> , Alinea, Zagreb, 1998.		x	x				x			
	SCHULZ VON THUN, F., <i>Kako međusobno razgovaramo 1</i> , Erudita, Zagreb, 2001.		x	x				x			
Dopunska	TOMIĆ, Z., JUGO, D., <i>Temelji međuljudske komunikacije</i> , 2021.		x	x				x			

	SOLOMON, D., THEISS, J., Interpersonal Communication- Puttingtheoryintopractice, 2013.		x		x				x			
	DeVITO, A. J., The Interpersonal Communication Book, 2012.		x		x				x			
	PERLOFF, M. R., The Dynamics ofPersuasion - CommunicationandAttitudesinthe 21st Century, Routledge, 2017.											
Dodatne informacije o predmetu		/										

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	3.		
Naziv predmeta	DRUŠTVENA ODGOVORNOST MEDIJA	Kod predmeta	FFOJM316		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	Dr. sc. Ilija Musa, red. prof.	30	0	0	0
	Maja Marić, v. asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Definirati temeljne pojmove društvene odgovornosti medija; - Upoznati studenata s društvenom odgovornošću medija, njihovim obvezama, dužnostima i funkcijama u suvremenom društvu; - Analizirati objave različitih medija i njihov utjecaj na javno mnijenje; - Ukazati na važnost informiranja i pisanja o ljudskim pravima; - Istaknuti važnost društvene odgovornosti u okviru društvenih (novih) medija; - Ukazati na prilagodbu masovnih medija suvremenim društvenim kretanjima. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira temeljne pojmove društvene odgovornosti medija	IU-FFOJM316-1	IU-FFOSJM-17		
	Razumije odnos društva i medija	IU-FFOJM316-2	IU-FFOSJM-17		
	Objašnjava važnost pisanja o ljudskim pravima	IU-FFOJM316-3	IU-FFOSJM-17		
	Razumije koje su funkcije i uloga medija u suvremenom društvu	IU-FFOJM316-4	IU-FFOSJM-17		
	Razlikuje društvenu odgovornost objava javnih i komercijalnih medija	IU-FFOJM316-5	IU-FFOSJM-17 IU-FFOSJM-18		
	Detektira probleme društvenih medija (mreža) u društvenoj odgovornosti	IU-FFOJM316-6	IU-FFOSJM-17 IU-FFOSJM-18		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Definiranje temeljnih pojmova			
	2.	Povijesni razvoj društvene odgovornost i njeno značenje u suvremenom društvu			
	3.	Uloga medija u razvoju društva			
	4.	Odnos društva i medija - medijski generirano društvo			
	5.	Utjecaj medija na zaštitu ljudskih prava			
	6.	Društvena odgovornost medija prema zaštiti interesa osoba o kojima se izvještava			
	7.	Društvena odgovornost kao funkcija medija			

	8.	Obrazovna uloga medija					
	9.	Istraživačko novinarstvo kao pokazatelj društvene odgovornosti medija					
	10.	Uloga profesionalizacije novinarstva u društveno odgovornom izvješćivanju					
	11.	Utjecaj medija na kulturna kretanja					
	12.	Društvena odgovornost javnih i komercijalnih medija					
	13.	Uloga medija u konstrukciji stvarnosti - utjecaj medija na javno mnijenje					
	14.	Odgovornost objavljivanja na društvenim medijima					
	15.	Predispit					
Jezik		Hrvatski					
E-učenje		Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje					
Metode poučavanja		- predavačke metode (predavanje, izlaganje) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)					
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	Praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave		/	45	1.5	0%		
Samostalni zadaci		IU-FFOJM316-4,5,6	30	1	20%		
Kolokvij i priprema za kontinuiranu provjeru znanja		IU-FFOJM316-1,2,3,4,5,6	75	2.5	80%		
Završni pismeni ispit*		IU-FFOJM316-1,2,3,4,5,6	75*	2.5*	80%*		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji ostvare pravo izlaska na kolokvij i koji polože oba kolokvija* nisu dužni izlaziti na završni pismeni ispit.</p> <p>Samostalni zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% = do 11% ocjene od 67% do 78% = do 14% ocjene od 79% do 90% = do 17% ocjene od 91% do 100% = do 20% ocjene.</p> <p>Kolokvij* (x2) se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 22% ocjene od 67% do 78% = do 28% ocjene od 79% do 90% = do 34% ocjene</p>							

od 91% do 100% = do 40% ocjene

Završni ispit se ocjenjuju na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 44% ocjene

od 67% do 78% = do 56% ocjene

od 79% do 90% = do 68% ocjene

od 91% do 100% = do 80% ocjene

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

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi dodatne samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasti to	ost.	hrv.	engl.	ost.	višeje z.	knjiga	člana k	skript a	ost.
Obvezna	BAUER, T. A., Mediji za otvoreno društvo: medijska odgovornost kao temelj demokratske medijske kulture, 2007.		x	x				x			
	MUSA, I., Medijsko pravo - sloboda izražavanja u Bosni i Hercegovini i Republici Hrvatskoj, 2017.		x	x				x			
	LABAŠ, D. (ur.), Mediji i društvena odgovornost, 2010.		x	x				x			
Dopunska	KELLNER, D., Medijska kultura, 2004.		x	x				x			

	MALOVIĆ, S., Mediji i društvo, 2007.		x	x				x			
	MCLUHAN, M., Razumijevanje medija, 2008.		x	x				x			
	KUNCZIK, M., ZIPFEL, A., Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, 2006.		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	3.		
Naziv predmeta	VIDEO PRODUKCIJA	Kod predmeta	FFOJM325		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	Dr. sc. Franjo Takač, doc.	30	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Proširiti znanja studenata o pojmu video produkcije i sustavima proizvodnje video sadržaja u praksi, te načinima doživljaja u video sadržaja društvu s ciljem boljeg razumijevanja rada masovnih medija. - Osposobiti studente za razlikovanje različitih vrsta televizijskih žanrova i izradu vlastitih video sadržaja kako bi mogli na odgovarajući način izraditi i objaviti vlastite video uratke, te na taj način izgraditi kvalitetniju komunikacijsku strategiju. - Kritički analizirati i pratiti utjecaj video sadržaja na društvo. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira pojmove „video“ i „produkcija“ te opisuje praktičnu ulogu svega što pojmovi podrazumijevaju	IU-FFOJM325-1	IU-FFOSJM-9		
	Opisuje i objašnjava cjelokupan proces izrade video sadržaja različitih žanrova i različitih specifičnosti koje se odnose na određenu vrstu medija	IU-FFOJM325-2	IU-FFOSJM-9		
	Izrađuje različite vrste video sadržaja prilagođenih određenoj vrsti medija i publike	IU-FFOJM325-3	IU-FFOSJM-1		
	Klasificira, analizira i objašnjava različite vrste video sadržaja i utvrđuje njihov utjecaj na publiku	IU-FFOJM325-4	IU-FFOSJM-9		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvod: definiranje pojmova „video“ i „produkcija“			
	2.	Vizualna komunikacija			
	3.	Osnove fotografije			
	4.	Osnove snimanja kamerom			
	5.	Kadar i kompozicija kadra			
	6.	Odabir i obrada teme – izrada scenarija			
	7.	Zvuk i glazba u videu			
	8.	Nelinearna video montaža			
	9.	Specijalni video efekti			
	10.	Televizijski i video žanrovi			
	11.	Izrada video sadržaja 1			
	12.	Izrada video sadržaja 2			

	13.	Izrada video sadržaja 3
	14.	Izrada video sadržaja 4
	15.	Izrada video sadržaja 5
Jezik	Hrvatski jezik / Engleski jezik	
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje	
Metode poučavanja	<ul style="list-style-type: none"> - predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava, debata, pregovaranje, posredovanje) - istraživačke metode (analiza slučaja, oluja ideja) 	
Oblici provjere znanja (označiti)		
Vrsta predispitne obveze		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat
		praktični/projektni zadatak
		ostalo
Vrsta ispita		
		pismeni
		Usmeni
		praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni		
Obveze studenata	Kod ishoda učenja	Sati opterećenja
		Udio u ECTS-u
		Udio u ocjeni
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje	/	30
		1
		0%
Vježbe praktični/projektni zadatak	IU-FFOJM325-1,2,3,4	60
		2
		20%
Predrok / završni usmeni ispit	IU-FFOJM325-1,2,3,4	60
		2
		80%
Ukupno		150
		5
		100
Način izračuna konačne ocjene		
<p>Vježbe praktični/projektni zadatak se ocjenjuju na sljedeći način:</p> <p>manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 11% ocjene od 67% do 78% = do 14% ocjene od 79% do 90% = do 17% ocjene od 91% do 100% = do 20% ocjene</p> <p>Predrok ili završni usmeni ispiti se ocjenjuju na sljedeći način:</p> <p>manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 44% ocjene od 67% do 78% = do 56% ocjene od 79% do 90% = do 68% ocjene od 91% do 100% = do 80% ocjene</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:</p> <p>0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)</p>		
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):		

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati samostalne zadatke, koji seodnose na cjeline koje se obrađuju na predmetu. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		Vlastit o	ost .	hrv .	eng l.	ost .	višejez .	knjig a	Članak	skript a	os t.
Obvezna	KELLISON, Cathrine, MORROW, Dustin, MORROW, Kacey: Producing for TV and New Media: A Real-World Approach for Producers, 3rd Edition, Milton Park, Abingdon-on- Thames, Oxfordshire United Kingdom, 2013.		x		x			x			
	CRUIKSHANK, SallyAnn, ESCHENFELDER, Christine C., COLEMAN, Keonte: A CompleteGuide to Television, Field, and Digital Producing, New York, USA, Routledge Taylor and Francis Group, 2022.		x		x			x			
	McLUHAN, Marshall: Razumijevanje medija, Zagreb, Golden marketing – tehnička knjiga, 2008.		x	x				x			
	MANOVICH, Lev: Jezik novih medija, Beograd, Multimedia i Clio, 2015.		x				x	x			
	McQUAIL, Denis: MassCommunicationTheory 6th edition, London, SAGE PublicationsLtd., 2010.		x			x		x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	3.		
Naziv predmeta	KORPORATIVNI IMIDŽ I REPUTACIJA	Kod predmeta	FFOJM321		
ECTS	4	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	dr. sc. Nenad Brkić, red. prof.	20	0	0	0
	Dr. sc. Ornela Leko, doc.	10	0	15	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Razviti teorijska i praktična znanja o korporativnom imidžu i reputaciji. - Unaprijediti znanje o načinima i mogućnostima upravljanja korporativnim imidžom i reputacijom. - Razviti vještine i znanje za samostalnu izradu plana i programa kreiranja i unapređenja korporativnog imidža i reputacije. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Poznaje teorijske aspekte i koncepte kreiranja korporativnih brendova i upravljanja brendovima.	IU- FFOJM321-1	IU-FFOSJM-3		
	Objašnjava vrijednost i značaj korporativnog identiteta, korporativnog imidža i korporativne reputacije u suvremenom poslovnom okruženju.	IU- FFOJM321-2	IU-FFOSJM-5		
	Integrira teoriju, etičke principe i istraživački rad u praksu upravljanja korporativnim imidžom i reputacijom.	IU- FFOJM321-3	IU-FFOSJM-7		
	Analizira i interpretira studije slučaja korporativnog imidža i reputacije te inkorporirati stečena znanja u praksu.	IU- FFOJM321-4	IU-FFOSJM-11		
	Osmišljava i izrađuje planove upravljanja korporativnom reputacijom za konkretne tvrtke.	IU- FFOJM321-5	IU-FFOSJM-14		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvodno predavanje, predmet, ciljevi i sadržaj, metodologija			
	2.	Osnove odnosa s javnošću i korporativnog komuniciranja u kontekstu korporativnog imidža i reputacije			
	3.	Korporativno komuniciranje – strategija, organizacija i funkcioniranje u funkciji prijenosa korporativnog identiteta			
	4.	Razine, elementi i kriteriji korporativnog imidža i reputacije			
	5.	Proces formiranja korporativnog imidža i reputacije			
	6.	Mjerenje korporativnog imidža i reputacije			
7.	Kreiranje i upravljanje korporativnim identitetom				

	8.	Kreiranje korporativnog imidža					
	9.	Upravljanje korporativnim imidžom					
	10.	Kreiranje korporativne reputacije					
	11.	Upravljanje korporativnom reputacijom					
	12.	Kreiranje i upravljanje korporativnim brendom					
	13.	Strategije za zaštitu željenog imidža i reputacije					
	14.	Budući trendovi u upravljanju korporativnim imidžom i reputacijom					
	15.	Priprema za ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	Pismeni	Usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1,5	0%		
Seminarski rad (studije slučaja)		IU-FFOJM321-4	30	1	30%		
Projektni zadatak (tematska prezentacija)		IU-FFOJM321-1,2,3,5	30	0,5	20%		
Pismeni ispit		IU-FFOJM321- 1,2	30	1	50%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Pisanje seminarskog rada:							
- Rad nije napisan = 0 %							
- Rad djelomično zadovoljava formalne kriterije = 16.5 % ocjene							
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu = 21 % ocjene							
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije, ali su uočene gramatičke i pravopisne pogreške = 25.5% ocjene							
- Rad u potpunosti zadovoljava formalne i sadržajne kriterije te je gramatički i pravopisno točan = 30 % ocjene.							
Projektni zadatak se ocjenjuje na sljedeći način:							
manje od 55% urađenog zadatka = 0% ocjene							
od 55% do 66% = do 11% ocjene							
od 67% do 78% = do 14% ocjene							
od 79% do 90% = do 17% ocjene							
od 91% do 100% = do 20% ocjene							
Pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:							

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 27.5% ocjene

od 67% do 78% = do 35% ocjene

od 79% do 90% = do 42.5% ocjene

od 91% do 100% = do 50% ocjene

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

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati samostalne zadatke, koji se odnose na cjeline koje se obrađuju na predmetu. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	Knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Korporativna komunikacija. Nino Ćorić. 2019.		x	X				X			
Dopunska	Odnosi s javnostima. Najil Kurtić. 2016.		x	X				X			
	Korporativni identitet, imidž i reputacija. Nenad Brkić. 2015.	x		X						x	
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	/				
Godina studija	2.	Semestar	3.				
Naziv predmeta	PRAKSA (STRUČNA)		Kod predmeta	FFOJM318			
ECTS	4	Status	obvezni				
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
		0	0	0	120		
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - upoznati studente sa specifičnostima konkretne organizacije i funkcijom upravljanja i organizacije ureda/odjela za odnose s javnošću unutar iste, - osposobiti studente za razumijevanje i primjenu tehnika i alata odnosa s javnošću u praksi, - osposobiti studente za prikupljanje podataka i izradu sadržaja potrebnih za socijalnu analizu unutarnje i vanjske organizacijske okoline/javnosti, - razviti kod studenta kompetencije za praktičan rad u odnosima s javnošću i komunikacijskim uredima unutar profitnih i neprofitnih organizacija. 						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	Usvaja visoku razinu stručnog znanja o komunikacijskoj strukturi organizacije gdje je obavljao praksu,		IU-FFOJM318-1	IU-FFOSJM-18			
	Primijenjuje komunikacijske vještine kroz uporabu modela, tehnika i alata odnosa s javnošću u funkciji upravljanja i organizacije odnosa s javnošću unutar organizacije,		IU-FFOJM318-2	IU-FFOSJM-18			
	Dizajnira i primjenjuje istraživačke alate za prikupljanje podataka potrebnih za socijalnu analizu okoline kroz istraživanja javnog mnijenja,		IU-FFOJM318-3	IU-FFOSJM-18 IU-FFOSJM-13			
	Izrađuje vlastite komunikacijske planove za odnose s medijima i različitim vrstama javnosti,		IU-FFOJM318-4	IU-FFOSJM-18 IU-FFOSJM-14			
	Razvija stručna znanja, vještine i profesionalnu etiku.		IU-FFOJM318-5	IU-FFOSJM-18			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	/						
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	/						
Metode poučavanja	mentorski rad						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	Ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							

Obveze studenata	Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni							
Studentske zadaće	/	15	0,5	0%							
Pohađanje prakse	IU-FFOJM318-1,2, 3, 4, 5	105	3,5	100%							
Ukupno		120	4	100%							
Način izračuna konačne ocjene											
Kolegij ne predviđa numeričko ocjenjivanje, nakon izvršenih obveza studentima se unosi opisna ocjena (OBAVLJENO)											
<p>Za uspješno apsolviranje kolegija student su obvezni predati studentsku zadaću (dnevnik prakse) i potpisanu Potvrdu o obavljanju prakse, voditelju stručne prakse (nositelj kolegija). Dnevnik prakse (obrazac) studenti dobivaju od voditelja prakse prije odlaska u konkretnu instituciju/organizaciju, a Potvrdu o obavljanju prakse (obrazac) preuzimaju na studentskoj referadi. Praksa se izvodi iz područja struke odnosa s javnošću. Studenti se upućuju u različite partnerske institucije/organizacije (nastavne baze) s kojima Filozofski fakultet ima potpisan Sporazum o obavljanju prakse. Studenti obavljaju stručnu praksu unutar ureda/odjela za odnose s javnošću i komunikacijskih odjela potrebnih za izvođenje praktičnog dijela nastave, čije područje rada obuhvaća poslove vezane za odnose s javnošću, marketing, komunikacijski menadžment, lobiranje, korporativne komunikacije i sl.</p> <p>Nakon odabira nastavne baze studenti se upućuju mentoru, odnosno kontakt osobi u instituciji/organizaciji koja ih prati i usmjerava pri obavljanju samostalnih zadataka, te po završetku prakse potpisuje dokumente o odrađenoj stručnoj praksi. Točne nadnevke obavljanja prakse dogovara koordinator/mentor i imenovani studenti.</p>											
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):											
Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati samostalne zadatke, koji se odnose na cjeline koje se obrađuju na predmetu. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.											
Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	člana k	skripta	ost.
Obvezna	/										
Dodatne informacije o predmetu		Obavljanje stručne prakse je obvezno za redovite i izvanredne studente diplomskog studija. Dokumente, dnevnik prakse i potvrda o obavljanju prakse, nakon obavljene prakse studenti dostavljaju do kraja semestra.									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	1.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	4.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	MEDIJI I POLITIČKE KAMPANJE	Kod predmeta	FFOJM324		
ECTS	4	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0

Nastavnici	dr. sc. Zoran Tomić, red. prof.	15	0	0	0
	Marin Čuljak, v. asist.	0	15		0
Ciljevi predmeta	<p>-Upoznati studenta s specifičnim teorijskim i aplikativnim znanjima o cjelokupnom marketinškom procesu u području neprofitnih djelatnosti i neprofitnih organizacija, a osobito političkog marketinga.</p> <p>-Upoznati studenta sa svim elementima suvremene izborne kampanje što im omogućava profesionalno izvješćivanje tijekom kampanje.</p> <p>-Studenta upoznati sa strategijama predizbornih kampanja gdje se posebna pozornost stavlja na izradu medija plana i komunikacijskih strategija.</p>				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Osposobljava studenta za praćenje, analiziranje i kvalitetno razumijevanje i izvještavanje tijekom izbornih i post kampanja.	IU- FFOJM324 -1	IU-FFNVBJ-6		
	Definira komunikacijske strategije	IU- FFOJM324 -2	IU-FFNVMJ-14		
	Upoznaje se s medija planom tijekom izbornih kampanja i kao takvi osposobljeni su sudjelovati u radu izbornih stožera	IU- FFOJM324 -3	IU-FFNVMJ-14		
Preuvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Ključni pojmovi u političkom marketingu; povijest političkog marketinga (definiranje pojma političkog marketinga te njegovi začetci i prvi uspjesi).			
	2.	Politička komunikacija			
	3.	Interni (unutarnji) marketing			
	4.	Trendovi u vođenju izbornih kampanja, značajke i funkcije izbornih kampanja			
	5.	Planiranje i organizacija izborne kampanje, faze i ciljevi izborne kampanje			
	6.	Stil izborne kampanje; politički konzultanti u izbornoj kampanji			
	7.	Segmentiranje izbornog tijela, modeli ponašanja birača, istraživanje u izbornoj kampanji te protivničkoj kampanji			
	8.	I Kolokvij			
	9.	Teme izborne kampanje, slogani - poruke i izborni program			
	10.	Odnosi s medijima u izbornoj kampanji, glasnogovorništvo i komuniciranje s biračima u izbornoj kampanji			
	11.	Reklamna i promotivna sredstva, upravljanje imidžom i javnim događajima u kampanji			
	12.	Negativna izborna kampanja, debate i financiranje izbornih kampanja			
	13.	Postizborna kampanja, izborna strategija i strategije za mobiliziranje javnog mišljenja			

	14.	Mediji u izbornoj kampanji, lokalne izborne kampanje i predsjedničke izborne kampanje					
	15.	II Kolokvij					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta na sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata	Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni			
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje	/	30	1	10%			
Seminarski rad	IU- FFOJM324-1,2,3	30	1	30%			
Kolokviji ili završni pismeni / usmeni ispit	IU- FFOJM324 - 1,2,3,4	30	1	60%			
Ukupno		90	3	100%			
Način izračuna konačne ocjene							
Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktične zadatke.							
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje se ocjenjuje na sljedeći način: neredoviti dolasci = 0% ocjene redoviti dolasci bez aktivnosti = 5.5% ocjene aktivnost samo na poticaj nastavnika = 7% ocjene samoinicijativna aktivnost = 8.5% ocjene samoinicijativna aktivnost s kvalitetnom raspravom = 10% ocjene							
Pisanje i izlaganje seminarskoga - rad se ocjenjuje na sljedeći način: 0% = Rad nije napisan. 16.5% = Rad ne zadovoljava formalne kriterije. 21% = Rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu. 25.5% = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene veće gramatičke i pravopisne pogreške. 30% = Rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan.							
Kolokvij ili pismeni dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 33% ocjene od 67% do 78% = do 42% ocjene od 79% do 90% = do 51% ocjene od 91% do 100% = do 60% ocjene							
Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)							

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

/

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlas tito	ost.	hrv.	engl .	ost.	više j ez.	knj iga	član ak	skri pta	ost.
Obvezna	Političko komuniciranje, Zoran Tomić, 2020.			x				x			
	Politički marketing, načela i primjena, Zoran Tomić, 2014.			x				x			
Dopunsk a	- DENTON, E. R., WOODWARD, E. R. Jr., Political Communication in America, Prager, New York, Wesport, Connecticut, London, 1990.			x				x			
	MCNAIR, B., <i>Uvod u političku komunikaciju</i> , FPZ, Zagreb, 2003.			x				x			
	NEWMAN, B. I., <i>The Marketing of the President – Political Marketing as Campaign Strategy</i> , Sage Publ., London, 1994.			x				x			
	ŠIBER, I., <i>Politički marketing</i> , Politička kultura, Zagreb, 2003.			x				x			
	SMITH, C. A, SMITH, K., <i>The White House Speaks: Presidential Leadership as</i>			x				x			

	<i>Persuasion</i> , Praeger Publishers, 1994.										
	TOMIĆ, Z., <i>Osnove političkog komuniciranja</i> , III. Izdanje, Poslovne komunikacije, Mostar, 2005.			x				x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	ODNOSI S JAVNOŠĆU										
Ciklus	1. Diplomski jednopredmetni studij	Vrsta	Sveučilišni								
Smjer	/	Modul	/								
Godina studija	2.	Semestar	3.								
Naziv predmeta	Mediji i vizualna komunikacija	Kod predmeta	FFOJM323								
ECTS	4	Status	Izborni B								
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa					
			30	15	0	0					
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> – Postići kod studenta razumijevanje osnovnih pojmova iz navedenog kolegija – Postići kod studenta razumijevanje tipova kulturnih područja (medijska kultura i socijalizacijski čimbenici okruženja) – Osposobiti studenta za kritičku procjenu i vrednovanje vizualnog sadržaja, vizualnih simbola, estetske osjetljivosti – Proširiti znanja studenta o vizualnoj komunikaciji kroz medije, razumijevanje i kritički osvrti vizualne komunikacije 										
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa							
	Definira i primjenjuje naučena teorijska znanja o osnovnim pojmovima iz navedenog kolegija		IU- FFOJM323-1	IU-OSJM-1							
	Primjenjuje i interpretira medije i vizualnu kulturu multidisciplinarno (fotografija, film, televizija, reklama, vizualni sadržaj na webu, likovna umjetnost, ulične vizualne komunikacije)		IU- FFOJM323-2	IU-OSJM-17							

	Kritički i kreativno procjenjuje ulogu vizualnog opažanja u kulturi (značenje vizualne poruke i simbola)	IU- FFOJM323-3	IU-OSJM-12				
	Analizira i procjenjuje društvene učinke medijskih vizualnih poruka	IU- FFOJM323-4	IU-OSJM-18				
Preduvjet eti za upis predme ta	/						
Sadržaj predme ta	Tjedan/turnus	Tema					
	16. tjedan	Osnovni pojmovi medijske kulture					
	17. tjedan	Tipovi kulturnih područja					
	18. tjedan	Mediji i vizualna kultura					
	19. tjedan	Medijske poruke i društveni učinci					
	20. tjedan	Vizualna kultura- multidisciplinarno područje istraživanja					
	21. tjedan	Medijska publika – aktivnosti obrade i analiza medijske poruke					
	22. tjedan	Povijest i razvoj grafita kao oblika vizualne komunikacije					
	23. tjedan	Prepoznavanje vizualnih poruka, simbola i estetike u medijskoj poruci					
	24. tjedan	Razvoj tehnologije i digitalnih medija u proučavanju uloge vidljivoga u 21. stoljeću					
	25. tjedan	Kultura vizualizacija kao stupanj razvoja društva					
	26. tjedan	Fotografija u medijima					
	27. tjedan	Medijska poruka, etika i estetika					
	28. tjedan	Reklame i stereotipi u medijima					
29. tjedan	Film u nastavi medijske kulture						
30. tjedan	Primjena suvremenih vizualnih medija u nastavi						
Jezik	Hrvatski jezik						
E- učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje						
Metode poučav anja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolo kvij	seminarski rad	esej/ref erat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pisme ni	usmeni	praktič ni
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS- u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1	40%		
Praktični projektni zadatak		IU- FFOJB323 - 1,2,3	15	1	20%		

Pismeni ispit	IU- FFOJB323 - 1,2,3,4	20	2	40%
Ukupno		150	4	100%

Način izračuna konačne ocjene

Pohađanje nastave i aktivnosti na nastavi iznose 40 % udjela u ocjeni.

Praktični zadaci se ocjenjuju na sljedeći način:

manje od 54% urađenih zadataka = 0% ocjene
od 55% do 66% urađenih zadataka = 11% ocjene
od 67% do 78% urađenih zadataka = 14% ocjene
od 79% do 90% urađenih zadataka = 17% ocjene
od 91% do 100% urađenih zadataka = 20% ocjene

Praktični dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način:

manje od 54% točnih odgovora = 0% ocjene
od 55% do 66% = do 22% ocjene
od 67% do 78% = do 28% ocjene
od 79% do 90% = do 34% ocjene
od 91% do 100% = do 40% ocjene

Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:

0 – 54% nedovoljan (1)
55 – 66% dovoljan (2)
67 – 78% dobar (3)
79 – 90% vrlo dobar (4)
91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

/

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela				
		vlas tito	os t.	hrv.	engl.	os t.	više j ez.	knjiga	člana k	skr ipt a	o s t.	
Obvezna	Zgrabljić, Rotar, Nada (2020). <i>Digitalno doba: masovni mediji i digitalna kultura</i> , Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.		x	x					x			
	Peović Vuković, Katarina (2012). <i>Mediji i kultura, ideologija medija nakon decentralizacije</i> , Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.		x	x					x			

	Šuran, F. (2014). Masmediji: glasogovornici znanstveno tehnološkog aparata. <i>In Medias Res</i> , 3 (4), 442-456.		x	x					x		
	Car, Viktorija (2010). Televizija u novomedijskom okruženju. <i>Medijske studije</i> 1 (1-2), 91-104		x	x					x		
	Jenks, Chris (ur.) (2002) Vizualna kultura. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk; HSD.		x	x				x			
Dopu nska	Miliša, Zlatko, Tolić, Mirela, Vrtovšek, Nenad. (2010). <i>Mladi – odgoj za medije</i> . Zagreb; M.E.P. d.o.o.		x	x				x			
	Vuger, Dario (2022). Od vizualne kulture do kulture vizualizacija- post-medijska kritika?, <i>In Medias Res, časopis filozofije medija</i> , 11(21), 3527-3543.		x	x					x		
Dodatne informacije o predmetu											

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	AGENCIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM421		
ECTS	4	Status	Obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Ilarija Bašić, doc.	15	15	0	0
	dr. sc. Marija Putica, red. prof.	15	0	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> – Upoznati studente s načinom i mogućnostima rada agencija za odnose s javnošću. – Upoznati studente s trendovima i specifičnostima rada u agencijama za odnose s javnošću. – Osposobiti studente za samostalan rad u ovim agencijama i s agencijama. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira osnovne kompetencije za rad u agencijama za odnose s javnošću	IU-FFOJM421-1	IU-FFOSJM-10		
	Prezentira usvojeno znanje kroz samostalan rad u agencijama za odnose s javnošću na tehničkoj odnosno izvršnoj razini.	IU-FFOJM421-2	IU-FFOSJM-11		
	Razvija osnovne kompetencije za rad u timovima karakterističnim za agencije za odnose s javnošću.	IU-FFOJM421-3	IU-FFOSJM-12		
Preduvjeti za opis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Uvod u agencije za odnose s javnošću.			
	2.	Povijest agencija za odnose s javnošću.			
	3.	Vrste agencija za strateško komuniciranje.			
	4.	Suradnja organizacija i agencija za odnose s javnošću.			
	5.	Prednosti i mane agencija za odnose s javnošću u odnosu na internim odjelima za odnose s javnošću.			
	6.	Znanja i kompetencije potrebne za djelatnike agencija za odnose s javnošću.			
	7.	Agencije za odnose s javnošću i komunikacijski trendovi.			
8.	Kolokvij				

	9.	Digitalna transformacija društva i agencije odnosa s javnošću.					
	10.	Organizacijska struktura agencija za odnose s javnošću i upravljanje projektima.					
	11.	Uloga agencija za odnose s javnošću u kriznom komuniciranju klijenata.					
	12.	Komunikacijski menadžment u agencijama za odnose s javnošću.					
	13.	Optimizacija pretraživača – SEO					
	14.	Evaluacija i ocjenjivanje uspješnosti agencijskih projekata.					
	15.	Priprema za ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	<ul style="list-style-type: none"> - predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) - projektna nastava - vježbe 						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	Pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja		Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni	
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/		45	1	20%	
Praktični ispit		/		30	1	20%	
Kolokvij/Pismeni ispit		IU-FFOJM421-1, 2, 3		60	2	60%	
Ukupno				120	4	100%	
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktični dio ispita.</p> <p>U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, praktičnog dijela ispita i sudjelovanja u nastavi.</p> <p>Pohađanje i aktivnost na nastavi bodovat će se na sljedeći način:</p> <ul style="list-style-type: none"> manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 11% ocjene manje od 90% dolazaka = 14% ocjene manje od 95% dolazaka = 17% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 20% ocjene <p>Praktični ispit se ocjenjuje na sljedeći način:</p> <ul style="list-style-type: none"> manje od 55% urađenog zadatka = 0% ocjene od 55% do 66% = do 11% ocjene od 67% do 78% = do 14% ocjene 							

od 79% do 90% = do 17% ocjene
 od 91% do 100% = do 20% ocjene

Kolokvij(x2) se ocjenjuje na sljedeći način:
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 16.5% ocjene
 od 67% do 78% = do 21% ocjene
 od 79% do 90% = do 25.5% ocjene
 od 91% do 100% = do 30% ocjene

Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:
 manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 33% ocjene
 od 67% do 78% = do 42% ocjene
 od 79% do 90% = do 51% ocjene
 od 91% do 100% = do 60% ocjene

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

- 0 – 54% nedovoljan (1)
- 55 – 66% dovoljan (2)
- 67 – 78% dobar (3)
- 79 – 90% vrlo dobar (4)
- 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
 (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati samostalne zadatke, koji se odnose na cjeline koje se obrađuju na predmetu. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlasito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Holy, M., <i>Agencije odnosa s javnošću</i> , Školska knjiga, Zagreb, 2019.		x		x			x			
	Tomić, Z., <i>Odnosi s javnošću</i> , Synopsis, Zagreb – Sarajevo, (odabrana poglavlja), 2008.		x	X				x			
	Backwith, N., <i>Managing professional communications Agencies</i> , PRCA, London, 2007.		x		x			x			
Dopunska	Jugo, D., <i>Strategije odnosa s javnošću</i> , Profil, Novelti Millennium, Zagreb, (odabrana poglavlja), 2012.		x	X				x			
	Skoko, B., <i>Priručnik za razumijevanje odnosa s</i>		x	X				x			

	javnošću, MPR, Zagreb, 2006.										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	1.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	OSOBNI ODNOSI S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM422		
ECTS	4	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	Dr. sc. Siniša Kovačić, doc.	30	0	15	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - upoznati studente s osnovama, tehnikama i instrumentima osobnih odnosa s medijima - osposobiti studente za razumijevanje funkcioniranja masovnih medija i procesa odnosa s medijima te korištenja instrumenata u odnosima s medijima za vlastito brendiranje - razviti kod studenata razumijevanje o važnosti održavanja redovitih kontakata i brifinga s medijima 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Osmišljava i izrađuje vlastite komunikacijske planove prilagođene osobnim odnosima s javnošću,	IU-FFOJM422-1	IU-FFOSJM-14		
	Poznaje koncepte kreiranja brendova i upravljanja brendovima u personalnom kontekstu	IU-FFOJM422-2	IU-FFOSJM-3		
	Kreira medijske video sadržaje za objavljivanje	IU-FFOJM422-4	IU-FFOSJM-9		
Preuvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Osnovni pojmovi osobnih odnosa s javnošću– definicije i sadržaj pojmova			
	2.	Upravljanje osobnim odnosima s medijima – strategija odnosa s medijima; novinari kao posrednici i kao javnost; novinarska pitanja; odnosi s medijima kao tehnika i kao filozofija			
	3.	Zakonske i etičke norme ponašanja – etički kodeks i principi HUOJ-a, principi dobrog poslovanja, prava i dužnosti novinara i javnih izvora informiranja, pravo na odgovor i ispravak, zabrana prikrivenog oglašavanja			
4.	Prilike i neprilike u osobnim odnosima s javnošću – kvaliteta i kvantiteta osobnih komunikacijskih poruka				

	5.	Planiranje osobnih odnosa s javnošću – rekreativni, strateški, krizni					
	6.	Medijska strategija i vizija osobnih odnosa s javnošću; upravljanje - plan i proračun; vrijednosti i temeljna načela					
	7.	Instrumenti za realizaciju osobnih odnosa s medijima – adrema, arhiva, objave za medije, informativni materijal, konferencija za medije, novinarska mapa itd.					
	8.	Kreativnost u odnosima s javnošću					
	9.	Vrste komuniciranja s javnošću – smjernice za pripremu, održavanje i sazivanje press konferencije					
	10.	Smjernice za dobre odnose s medijima – kako komunicirati s novinarima, kako s urednicima, a kako s vlasnicima medija					
	11.	Osobna prezentacija – detalji u vizualnoj komunikaciji					
	12.	Upravljanje osobom koja je brend					
	13.	Globalni trendovi u osobnim odnosima s javnošću – američki i europski stilovi javnog nastupanja i komuniciranja					
	14.	Publicitet i dostupnost masovnih medija					
	15.	Vrednovanje studentskih radova					
Jezik		Hrvatski					
E-učenje		Mrežna stranica predmeta u sustavu e-učenja					
Metode poučavanja		- predavačke metode (predavanja, izlaganja) - participativne i interaktivne metode (analize, rasprava) - projektna nastava (oblikovanje strategije za osobni PR)					
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolok vij	seminarski rad	esej/refe rat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1.5	20%		
Seminarski rad		/	30	1	20%		
Praktični/projektni zadatak		IU-FFOJM422-3,4	15	0.5	20%		
Usmeni ispit		IU-FFOJM422-1,4	30	1	40%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Aktivnost na nastavi se ocjenjuje na sljedeći način: neredoviti dolasci = 0% ocjene redoviti dolasci bez aktivnosti = 11% ocjene aktivnost samo na poticaj nastavnika = 14% ocjene samoinicijativna aktivnost = 17% ocjene samoinicijativna aktivnost s kvalitetnom raspravom = 20% ocjene Pisanje i izlaganje seminarskoga rad se ocjenjuje na sljedeći način:							

Pisanje seminarskog rada:

0% = Rad nije napisan.

11% = Rad ne zadovoljava formalne kriterije.

14% = Rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu.

17% = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene veće gramatičke i pravopisne pogreške.

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

Praktični-projektni dio se vrednuje na sljedeći način:

manje od 55% urađenog projektnog zadatka = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 11% ocjene

od 67% do 78% = do 14% ocjene

od 79% do 90% = do 17% ocjene

od 91% do 100% = do 20% ocjene

Usmeni dio ispita se ocjenjuju na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 22% ocjene

od 67% do 78% = do 28% ocjene

od 79% do 90% = do 34% ocjene

od 91% do 100% = do 40% ocjene

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

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlodobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente
(ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu predati samostalne zadatke, koji se odnose na cjeline koje se obrađuju na predmetu. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višeje z.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Odnosi s javnošću teorija i praksa, Tomić Z., 2016.	x		x				x			
	Osobni odnosi s javnošću, Milas Z., Kovačić S., 2007.		x	x					x		
	Odnosi s javnošću slavni osoba, Vuksanić T., 2019.		x	x							x
Dodatne informacije o predmetu	/										

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	STRATEGIJE U BRENDIRANJU GRADA	Kod predmeta	FFOJM423		
ECTS	4	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	Dr. sc. Marijan Primorac, doc.	30	15	0	
Ciljevi predmeta	<p>Ciljevi kolegija su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentirati studentima temeljne razloge i ciljeve primjene koncepta brendiranja u kontekstu grada ; - Upoznati studente s modelima izgradnje brenda gradova, metodologijom definiranja komparativnih prednosti, područjima primjene i ulogom različitih sektora u provedbi strategije; - Proširiti znanja studenta o utjecaju i ulozi ključnih dionika u procesu brendiranja grada: lokalno stanovništvo, mediji, lokalna vlast, organizacije civilnog društva; - Razviti kritičku svijest o povezanosti između brendiranja gradova, globalne konkurentnosti i razvoja lokalne zajednice; - Osposobiti studente za kreiranje i primjenu metodologije kreiranja gradskog brenda. 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Definira temeljne pojmove vezane za konkurentni identitet i brendiranje gradova;	IU- FFOJM423 -1	IU-FFOSJM-3		
	Klasificira i definira osnovne etape u procesu brendiranja gradova i glavne aktere za stvaranje partnerstva i provedbu strategije lokalnog razvoja;	IU- FFOJM423 -3	IU-FFOSJM-3		
	Argumentira važnost brendiranja grada za optimalizaciju urbane konkurentnosti na globalnom planu;	IU- FFOJM423-4	IU-FFOSJM-3		
	Evaluira učinke strategija brendiranja grada na konkretnim primjerima	IU- FFOJM423 -5	IU-FFOSJM-3		
	Primjenjuje metodologiju za kreiranje i implementaciju	IU- FFOJM423 -6	IU-FFOSJM-3 IU-FFOSJM-14		

	komunikacijskih strategija u brendiranju grada						
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	31.		Teorijski aspekti brendiranja gradova.				
	32.		Identitet – percepcija – imidž grada.				
	33.		Konkurentan identitet i urbana konkurentnost.				
	34.		Konsenzus oko zajedničke vizije razvoja kao prvi preduvjet u planiranju i provedbi strategije brendiranja grada.				
	35.		Istraživanje identiteta i imidža grada.				
	36.		Modeli organizacijskih struktura.				
	37.		Razvijanje gradskog brenda.				
	38.		Tri osnovna alata za brendiranje grada.				
	39.		Metodološki pristupi pri oblikovanju strategije brendiranja grada.				
	40.		Metodologija analitičkog utvrđivanja komparativnih prednosti grada.				
	41.		Izgradnja gradskog brenda.				
	42.		Implementacije komunikacijske strategije.				
	43.		Područja i načini evaluacije.				
	44.		Strategija pozicioniranja, gradski projekti, integrirano upravljanje brendom.				
45.		Komparativna analiza primjene strategije brendiranja na svjetskim gradovima.					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/refereat	praktični/projektni zadatak	Ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u		Udio u ocjeni	
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1,5		10%	
Kolokviji x2 i priprema za kontinuiranu provjeru znanja ili pismeni ispit		IU- FFOJM423 -1, 2, 3, 4	45	1,5		60%	
Usmeni ispit		IU- FFOJM423 -5, 6	30	1		30%	
Ukupno			120	4		100%	
Način izračuna konačne ocjene							

*Tijekom semestra pišu se dva kolokvija ili završni pismeni ispit. U konačnu ocjenu ulaze pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi, rezultati kolokvija ili završnog pismenog ispita i ocjena usmenog završnog ispita.

Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje ocjenjuje se na sljedeći način:

manje od 80% dolazaka = 0% ocjene
 manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene
 manje od 90% dolazaka = 7% ocjene
 manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene
 od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.

Studenti rade dva kolokvija od kojih svaki nosi po 30 % ocjene i vrednuju se kao završni pismeni ispit koji nosi 60 % ocjene.

Kolokviji X2 se ocjenjuju na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = iznosi 0% ocjene.
 Od 55% do 65% iznosi do 16.5% ocjene.
 Od 66% do 75% iznosi do 21%.
 Od 76% do 89% iznosi do 25.5% ocjene.
 Od 90% do 100% iznosi do 30% ocjene.

Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način:

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 15% ocjene
 od 67% do 78% = do 30% ocjene
 od 79% do 90% = do 45% ocjene
 od 91% do 100% = do 60% ocjene

Završni usmeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene
 od 55% do 66% = do 16.5% % ocjene
 od 67% do 78% = do 21% ocjene
 od 79% do 90% = do 25,5% ocjene
 od 91% do 100% = do 30% ocjene

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

0 – 54% nedovoljan (1)
 55 – 66% dovoljan (2)
 67 – 78% dobar (3)
 79 – 90% vrlo dobar (4)
 91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višjejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Primorac, M. (2018).	x		x					x		

	Komunikacijske strategije u brendiranju grada . Hum, 13 (20), 394-427.									
	RICHARDS, G., PALMER, R., <i>Uzbudljivi gradovi: kreativni menadžment i revitalizacija grada</i> , Clio, Beograd, 2013		x			x		x		
Dopunsk a	ANHOLT, Simon: Konkurentan identitet - Novo upravljanje markama, država, gradova i regija, M Plus, Zagreb, 2009.		x	x				x		
Dodatne informacije o predmetu		/								

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	ODNOSI S JAVNOŠĆU U ZDRAVSTVU	Kod predmeta	FFOJM424		
ECTS	4	Status	Izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Davorka Topić Stipić, izv. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Opisati razvoj sustava zdravstva - Analizirati osnovne karakteristike odnosa s javnošću u zdravstvu - Navesti kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s javnošću u zdravstvu - Definirati etička načela u odnosima s javnošću u zdravstvu - Primijeniti tehnike i instrumente u odnosima s javnošću u zdravstvu 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje povijesni razvoj te posebnosti odnosa s javnošću u zdravstvu.	FFOJM424-1	IU-FFOSJM-4		
	Klasificira kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s javnošću u zdravstvu.	FFOJM424-2	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-2		
	Analizira etička načela u odnosima s javnošću u zdravstvu.	FFOJM424-3	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-7		
	Uspoređuje metode i tehnike odnosa s javnošću u zdravstvu u odnosu na druga područja.	FFOJM424-4	IU-FFOSJM-4		
	Primjenjuje tehnike odnosa s javnošću u pripremi javnozdravstvene kampanje.	FFOJM424-5	IU-FFOSJM-4 IU-FFOSJM-12		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Turnus	Tema			
	16.	Koncept zdravlja i zdravstva			
	17.	Povijest odnosa s javnošću u zdravstvu			
	18.	Tehnike i instrumenti			
	19.	Etička načela			
	20.	Komunikacijski kanali			
	21.	Krizno komuniciranje u zdravstvu			
22.	Sažetak predavanja i priprema za ispit				
Jezik	Hrvatski				
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje				

Metode poučavanja	<ul style="list-style-type: none"> - predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava). 						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi		/	45	1.5	10%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		FFOJM424 1-5	75	2.5	90%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
<p>Studenti koji uspješno riješe projektni zadatak oslobođeni su završnog pismenog ispita.</p> <p>Angažiranost u nastavi ocjenjuje se na sljedeći način: manje od 80% dolazaka = 0% ocjene manje od 85% dolazaka = 5.5% ocjene manje od 90% dolazaka = 7% ocjene manje od 95% dolazaka = 8.5% ocjene od 95% do 100% dolazaka = 10% ocjene.</p> <p>Kolokvij (x2) se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 24,75% ocjene od 67% do 78% = do 31,5% ocjene od 79% do 90% = do 38,25% ocjene od 91% do 100% = do 45% ocjene.</p> <p>Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 49,5% ocjene od 67% do 78% = do 63% ocjene od 79% do 90% = do 76,5% ocjene od 91% do 100% = do 90% ocjene.</p> <p>Prema Pravilniku o studiranju konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)</p>							
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):							
Izvanredni studenti kao alternativu pohađanju nastave imaju obvezu uraditi samostalne zadatke koje će dobiti u komunikaciji sa predmetnim nastavnikom. Samostalni zadaci nemaju udio u ocjeni. Ostale obveze su iste kao za redovite studente.							
Literatura	Naslov	Izdanje	Jezik	Vrsta djela			

(označiti)	(naziv, autor, godina)	vlasti to	ost.	hrv.	engl.	ost.	više j ez.	knji ga	Člana k	skrip ta	ost.
Obvezna	Tomić, Z., Odnosi s javnošću. Teorija i praksa. Poglavlje odnosi s javnošću u zdravstvu, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2017.	x		x				x			
	Topić Stipić, D. – Karabatić, S., Civilno društvo, odabrana poglavlja, Pressum, Mostar, 2020.	x		x				x			
	Covello, V., Best Practices in Public Health Risk and Crisis Communication, Journal of Health Communication, 8: 5–8, 2003		x		x				x		
	Glik, D., Risk Communication for Public Health Emergencies, Annu. Rev. Public Health 2007. 28:33–54		x		x				x		
	Gruning, J. E., Gruning, L., Conceptual Differences in Public Relations and Marketing: The Case of Health-Care Organizations, Public Relation Review, 1991., 17(3), 257-278		x			x			x		
	Holmes, B. V., Natalie Henrich, N., Sara Hancock, S., Valia Lestou, V. Communicating with the public during health crises: experts' experiences and opinions, Journal of Risk Research, 2009., 12:6, 793-807		x			x			x		
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	MEDIJI I PROPAGANDA	Kod predmeta	FFOJM425		
ECTS	4	Status	Izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	Dr. sc. Silvana Marić-Tokić, izv. prof.	30	0	15	0
Ciljevi predmeta	<p>-postići kod studenata prepoznavanje uloge medija u društvenim događanjima od njihova nastanka do danas</p> <p>-proširiti znanje studenata o nastanku, definiranju i razvoju pojma propagande</p> <p>- osposobiti studente za prepoznavanje različitih vrsta propagande i propagandnih aktivnosti unutar područja odnosa s javnošću</p> <p>-razviti vještine razotkrivanja propagandnih aktivnosti u cilju prepoznavanja i uočavanja istih te na osnovu naučenih znanja znati kako doprinijeti izradi medijskih zakona i kodeksa po pitanju sprječavanja istih</p>				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	-definira pojam propagande i navodi njene različite oblike unutar odnosa s javnošću	IU-OJM425-1	IU-OSJM-2		
	-primjenjuje naučena teorijska znanja o medijima i propagandi u praktičnim aktivnostima	IU-OJM425-2	IU-OSJM-17		
	-navodi primjere različitih vrsta propagande unutar različitih medija	IU-OJM425-3	IU-OSJM-6		
	-navodi i uspoređuje različite propagande aktivnosti te izrađuje prijedloge oko pravnoga reguliranja propagandnih aktivnosti	IU-OJM425-4	IU-OSJM-7		
	-prikazuje, procjenjuje i analizira ulogu propagandnih aktivnosti u odnosima s javnošću	IU-OJM425-5	IU-OSJM-16		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Mediji jučer, danas, sutra			
	2.	Mediji i utjecaj na medije			
	3.	Moć nad medijima ili moć medija			
	4.	Pravo na traženje, primanje i širenje informacija			
	5.	Propaganda – definicije, određenje pojma			
	6.	Nastanak i razvoj propagande			
	7.	Vrste propagande			
8.	Mediji i propaganda				

	9	Politička propaganda					
	10.	Ratna propaganda					
	11.	Ekonomska propaganda					
	12.	Propaganda i odnosi s javnošću					
	13.	Posljedice propagandnog djelovanja i načini za prepoznavanje i uočavanje propagandnih aktivnosti unutar odnosa s javnošću					
	14.	Suvremeni oblici propagande					
	15.	Vrednovanje informacija					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje						
Metode poučavanja	Predavačke, interaktivne, istraživačke						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Nastava i aktivnost na nastavi		/	45	1.5	25 %		
Seminarski rad		/	30	1	25 %		
Pismeni ispit		IU-OJM425-1,2,3,4,5	45	1.5	50 %		
Ukupno			120	4	100 %		
Način izračuna konačne ocjene							
Nastava i aktivnost na nastavi: Svi studenti su obvezni pohađati minimalno 70 % nastave. Dolazak na nastavu i aktivnost u nastavi iznosi maksimalno 25 % od ukupne ocjene.							
Pisanje i izlaganje seminarskoga rad se ocjenjuje na sljedeći način:							
Pisanje i izlaganje seminarskog rada:							
0% = Rad nije napisan i nije izložen.							
13.75 % = Rad ne zadovoljava formalne kriterije.							
17.5 % = Rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu.							
21.5 % = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene veće gramatičke i pravopisne pogreške.							
25% = Rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan.							
Završni pismeni ispit:							
manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene							
od 55% do 66% = do 27.5% ocjene							
od 67% do 78% = do 35% ocjene							
od 79% do 90% = do 42.5% ocjene							
od 91% do 100% = do 50% ocjene							

Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:

0 – 54% nedovoljan (1)

55 – 66% dovoljan (2)

67 – 78% dobar (3)

79 – 90% vrlo dobar (4)

91 – 100% odličan (5)

Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	<i>Politička propaganda</i> , Kukić, Damir, 2004		x			x		x			
	<i>Mediji, propaganda i sistem</i> , Noam Chomsky, 2002.		x			x		x			
	<i>Uvod u znanost o medijima i komunikologiji</i> , Kuncik, Michael; Zipfel, Astrid: 2006.		x	x				x			
	„Ratna propaganda“, Šiber, Ivan:“, 1992., str. 89 – 106.		x	x					x		
	<i>Propaganda</i> , Edward, Bernays, 1928.		x		x			x			
	<i>Propagandno komuniciranje</i> Tucaković, Šemso, 1999.		x				x		x		
Dopunska	Međunarodno komuniciranje u informacionom društvu, Radojković, Miroljub; Stojković, Branimir, Vranješ, Aleksandar, 2015.		x			x		x			
	Etika javne reči u medijima i politici, Skupina autora, 2004.		x			x		x			
	Moć medija, Francis Ball, 1997.		x			x		x			
Dodatne informacije o predmetu											

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	2.	Semestar	4.		
Naziv predmeta	PISANJE U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJM426		
ECTS	4	Status	Izborni B		
	Broj sati nastave	Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Miroslav Vasilj, izv. prof.	30	0	0	0
	Marija Bago, v. asist.	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Objasniti tehnike i stilove pisanja u odnosima s javnošću - Navesti specifičnosti pisanja u odnosima s javnošću - Objasniti razliku između različitih tehnika i alata u odnosima s javnošću 				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Primjenjuje pisanje obavijesti za medije stilom obrnuta piramida	IU- FFOJM426-1	IU- FFOSJB-1		
	Primjenjuje pisanje izvješća, intervjua, portreta i komentara	IU- FFOJM426-2	IU- FFOSJB -5		
	Primjenjuje preporuke za pisanje u odnosima s javnošću	IU- FFOJM426-3	IU- FFOSJB -6		
	Primjenjuje preporuke za pisanje govora	IU- FFOJM426-4	IU- FFOSJB -67		
Preuvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Osnovne preporuke za pisanje u odnosima s javnošću			
	2.	Objasniti razlike za pisanje za tradicionalne medije			
	3.	Objasniti pisanje za nove medije			
	4.	Objasniti pisane instrumente u odnosima s javnošću			
	5.	Objasniti govorne instrumente u odnosima s javnošću			
	6.	Objasniti vizualne instrumente u odnosima s javnošću			
	7.	Objasniti nove instrumente u odnosima s javnošću			
	8.	I Kolokvij			
	9.	Objasniti Event instrumente u odnosima s javnošću			
	10.	Vijest, izvješće, najava za medije i obavijest za medije			
	11.	Izvješće			
	12.	Najava za medije			
	13.	Obavijest za medije			
	14.	Osnovne karakteristike pisanja govora			
15.	II Kolokvij				
Jezik	Hrvatski				

E-učenje	Mrežna stranica predmeta na sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) - praktični zadatci						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
Alokacija ECTS bodova i udjela u ocjeni							
Obveze studenata		Kod ishoda učenja	Sati opterećenja	Udio u ECTS-u	Udio u ocjeni		
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje		/	45	1.5	10%		
Praktični zadatci		IU- FFOJM426-1,2,3	30	1	30%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU- FFOJM426-1,2,3,4	45	1.5	60%		
Ukupno			120	4	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktične zadatke.							
Pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje se ocjenjuje na sljedeći način: neredoviti dolasci = 0% ocjene redoviti dolasci bez aktivnosti = 5.5% ocjene aktivnost samo na poticaj nastavnika = 7% ocjene samoinicijativna aktivnost = 8.5% ocjene samoinicijativna aktivnost s kvalitetnom raspravom = 10% ocjene							
Praktični zadaci se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% urađenih zadataka = 0% ocjene od 55% do 66% urađenih zadataka = 16.5% ocjene od 67% do 78% urađenih zadataka = 21% ocjene od 79% do 90% urađenih zadataka = 25.5% ocjene od 91% do 100% urađenih zadataka = 30% ocjene							
Kolokvij ili pismeni dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 33% ocjene od 67% do 78% = do 42% ocjene od 79% do 90% = do 51% ocjene od 91% do 100% = do 60% ocjene							
Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način: 0 – 54% nedovoljan (1) 55 – 66% dovoljan (2) 67 – 78% dobar (3) 79 – 90% vrlo dobar (4) 91 – 100% odličan (5)							
Alokacija ECTS bodova, obveze i način izračuna konačne ocjene za izvanredne studente (ako ih ima):							

/											
Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlas tito	ost.	hrv.	engl.	ost.	više j ez.	knj iga	član ak	skri pta	ost.
Obvezna	Novinarski žanrovi – forme u eri postistine i digitalnih medija, Miroslav Vasilj, 2022.		x	x				x			
	Odnosi s javnošću – teorija i praksa – Zoran Tomić		x	x				x			
	Umijeće javnog govora, Stephen E. Lucas, 2015.		x	x				x			
Dopunsk a	Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije, Itule, B. i Anderson, D., 2001.		x				x	x			
Dodatne informacije o predmetu		/									