

## OPĆE INFORMACIJE O STUDIJSKOM PROGRAMU

Naziv studijskog programa:	Odnosi s javnošću
Ciklus:	2.
Vrsta:	Sveučilišni studij
Znanstveno područje:	Društvene znanosti
Znanstveno polje:	Informacijske i komunikacijske znanosti
Akademski naziv:	magistar/magistra odnosa s javnošću
Razina kvalifikacije po EQF:	6
Trajanje studijskog programa:	2 godine
ECTS:	120 ECTS bodova
Jezik:	Hrvatski
Način studiranja:	Redovito i izvanredno
Nositelj studijskog programa:	Filozofski fakultet
Izvođač studijskog programa:	Sveučilište u Mostaru, Filozofski fakultet
Ciljevi studijskog programa:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Razviti kod studenata sposobnost razumijevanja, primjene i integracije složenijih modela odnosa s javnošću unutar organizacija.</li> <li>- Osposobiti studente za poznavanje i uporabu istraživačkog instrumentarija za dizajniranje, provedbu i kontinuiranu evaluaciju istraživanja javnog mnijenja, ciljnih javnosti komunikacijskih kanala i sadržaja, kako bi se postiglo informirano razumijevanje unutarnjih i vanjskih javnosti potrebno za realizaciju ciljeva organizacije.</li> <li>- Postići kod studenta sposobnost samostalnog razmišljanja i kritičkog vrednovanja korporativnog identiteta, korporativnog imidža, korporativne reputacije i vizualnih komunikacija u suvremenom poslovnom okruženju.</li> <li>- Osposobiti studente za poznavanje najvažnijih teorijskih aspekata, koncepata, alata brendiranja i upravljanja brendom.</li> <li>- Razviti kod studenta kod studenata sposobnost za identificiranje i usporedbu teorija, etičkih principa i istraživačkog rada u različitim kontekstima, kako bi mogli razumjeti specifičnosti odnosa s javnošću u različitim područjima djelovanja te prepoznati i analizirati važnost komunikacijskog menadžmenta.</li> <li>- Osposobiti studente za kreiranje, organiziranje i upravljanje događajem koristeći se suvremenim metodama i alatima planiranja.</li> <li>- Razviti kod studenta višu razinu samostalnog rada, rada u timu i istraživanja.</li> <li>- Osposobiti studente za poznavanje i primjerenu uporabu interpersonalnih komunikacijskih vještina u komunikaciji s internim javnostima i savjetovanju u menadžmentu.</li> <li>- Osposobiti studente za samostalnu izradu komunikacijskih strategija, medijskih kampanja i</li> </ul>

	upravljanje sofisticiranim komunikacijskim procesima.
Kompetencije studijskog programa:	<p>Nakon završetka diplomskog jednopredmetnog Studija odnosa s javnošću student posjeduje visoku razinu stručnih znanja u skladu s najvišim profesionalnim standardima i etikom, te sposobnosti razumijevanja i primjene tehnika i alata u struci odnosa s javnošću koje ga osposobljavaju za integracije složenijih modela odnosa s javnošću u korporativnom sektoru, javnim institucijama, nevladinim organizacijama i specijaliziranim agencijama.</p> <p>Svršeni magistri odnosa s javnošću posjedovat će odgovarajuća znanja i metodologije koje će omogućavati socijalnu analizu, znanja o novim tehnologijama komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije ureda odnosa s javnošću u svim vrstama profitnih i neprofitnih organizacija, te će biti sposoban i voditi, organizirati i upravljati ovim sustavima.</p> <p>Svršeni magistar odnosa s javnošću posjedovat će znanja potrebna za kreiranje komunikacijskih strategija, unaprjeđivanje komunikacijskih planova, vođenje medijskih kampanja, te će biti sposoban implementirati i evaluirati učinak navedenih aktivnosti na ciljne javnosti.</p> <p>Završetkom diplomskog studija magistar odnosa s javnošću posjedovati će kompetencije za strateško upravljanje internim i eksternim komunikacijskim procesima, komunikacijom s dionicima i medijima, te će biti sposoban kreirati i upravljati javnom slikom organizacije u cilju razvijanja odnosa i stvaranja pozitivnog imidža i reputacije organizacije. Svršeni magistar odnosa s javnošću osposobljen je za savjetničku ulogu o pitanjima vezanim za odnose s javnošću i komunikaciju na svim organizacijskim razinama, s posebnim naglaskom na menadžment, uvažujući organizacijsku misiju, politike i pravce djelovanja uvažavajući pritom interese javnosti.</p>
Ishodi učenja studijskog programa:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definira elemente vizualne komunikacije i kritički vrednovati dizajn vizualnih komunikacija u svim domenama(IU-FFOSJM-1).</li> <li>- Definira teorijske osnove modela odnosa s javnošću i prepoznati njihove karakteristike te vrednovati načine njihove integracije unutar organizacija(IU-FFOSJM-2).</li> <li>- Poznaje teorijske aspekte i koncepte kreiranja brendova i upravljanja brendovima (IU-FFOSJM-3).</li> <li>- Interpretira specifičnost odnosa s javnošću u sportu te prepoznati i analizirati važnost menadžmenta i komunikacije u sportu (IU-FFOSJM-4).</li> <li>- Objašnjava vrijednost i značaj korporativnog identiteta, korporativnog imidža i korporativne reputacije u suvremenom poslovnom okruženju (IU-FFOSJM-5).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objašnjava i procjenjuje mogućnosti, načine i granice utjecaja strategija za upravljanje reputacijom države na suvremenu medijsku, komunikacijsku i promotivnu praksu(IU-FFOSJM-6).</li> <li>- Integrira teoriju, etičke principe i istraživački rad u praksu odnosa s javnošću (IU-FFOSJM-7).</li> <li>- Kreira događanja i upravlja provedbom istih koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja (IU-FFOSJM-8).</li> <li>- Osmišljava, kreira medijske video sadržaje za objavljivanje (IU-FFOSJM-9).</li> <li>- Demonstrira osnovne kompetencije za rad u timovima karakterističnim za agencijeodnosa s javnošću (IU-FFOSJM-10).</li> <li>- Identificira, kreira i interpretira studije slučaja u odnosima s javnošću te inkorporirati navedena znanja u praksu (IU-FFOSJM-11).</li> <li>- Primjenjuje znanja o novim tehnologijama komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije ureda odnosa s javnošću u svim vrstama profitnih i neprofitnih organizacija (IU-FFOSJM-12).</li> <li>- Dizajnira i primjenjuje istraživačke alate za provođenje istraživanja javnog mnijenja i ciljnih javnosti temeljenih na odgovarajućoj metodologiji (IU-FFOSJM-13).</li> <li>- Osmišljava i izrađuje vlastite komunikacijske planove prilagođene različitim sektorima, oblicima primjene i javnostima ( osobni odnosi s javnošću, interna komunikacija...) (IU-FFOSJM-14).</li> <li>- Kreira, razvija i implementira strateške programe odnosa s javnošću i valorizirati njihove učinke (IU-FFOSJM-15).</li> <li>- Analizira, sintetizira i primjenjuje interpersonalne komunikacijske vještine sukladno ciljevima, različitim situacijama i vrstama javnosti (IU-FFOSJM-16).</li> <li>- Definira temeljne pojmove i interpretira koncept društvene odgovornosti medija i društveno odgovornog poslovanja(IU-FFOSJM-17).</li> <li>- Procjenjuje vlastito znanje, vještine i praksu te osviještava potrebu cjeloživotnog učenja i rada na sebi(IU-FFOSJM-18).</li> </ul>
<p>Mogućnosti nakon završetka studija:</p>	<p>Mogućnosti nastavka doktorskog poslijediplomskog studija na 3. ciklusu.</p> <p>Mogućnost zapošljavanja:</p> <p>Nositelj akademskog naziva magistar odnosa s javnošću stekao je potrebna znanja za rad u korporativnom sektoru, medijskim organizacijama, javnim institucijama, znanstvenim institucijama, političkim strankama, tijelima državne uprave, nevladinim organizacijama, specijaliziranim agencijama za odnose s javnošću, digitalnim i event agencijama.</p>

	<p>Mogućnost zapošljavanja odnosi se na sve organizacije/institucije/subjekte čije područje djelovanja obuhvaća poslove koja zahtijevaju primjenu znanja iz odnosa s javnošću, komunikologije i komunikacijskog menadžmenta.</p>
Akreditacija:	<p>Sveučilište u Mostaru rješenje o institucionalnoj reakreditaciji dobilo je 14. siječnja 2020. godine od nadležnog Ministarstva prosvjete, znanosti, kulture i športa HNŽ-a prema preporuci Agencije za razvoj visokog obrazovanja i osiguranje kvalitete BiH, nakon čega je Sveučilište upisano u Državni registar akreditiranih visokoškolskih ustanova.</p>