

**IZVEDBENI NASTAVNI PROGRAMI
DIPLOMSKOG SVEUČILIŠNOG STUDIJA
ODNOSA S JAVNOŠĆU NA DALJINU
ZA AKADEMSKU 2025./2026. GODINU**

Mostar, u srpnju 2025.

1. GODINA**1. semestar**

Studijski program	Odnosi s javnošću na daljinu				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJMD101		
ECTS	5	Status	obvezni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		15	30	0	0
Ciljevi predmeta	Osposobiti studente za: - razumijevanje epistemološke pozicije kvantitativnog i kvalitativnog metodološkog pristupa; - poznavanje etapa istraživačkog rada na osnovnoj razini; postavljanje istraživačkog problema, ciljeva i hipoteza / istraživačkog pitanja;odabir ispitanika/sudionika; - razumijevanje karakteristika instrumenta u društvenim istraživanjima; - poznavanje pristupa u prikupljanju kvantitativnih i kvalitativnih podataka; - osposobiti studente za provedbu samostalnog istraživanja;				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Navodi i analizira odgovarajuću literaturu za izradu istraživanja.	IU- FFOJMD101-1	IU-FFOSJMD-13		
	Interpretira rezultate istraživanja s obzirom na korištene metode.	IU- FFOJMD101-2	IU-FFOSJMD-13		
	Procjenjuje etičke aspekte istraživanja.	IU- FFOJMD101-3	IU-FFOSJMD-13 IU-FFOSJMD-7		
	Uspoređuje praktične i znanstvene implikacije istraživanja.	IU- FFOJMD101-4	IU-FFOSJMD-13		
	Primjenjuje odgovarajuće metodološke pristupe.	IU- FFOJMD101-4	IU-FFOSJMD-13		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	Epistemološka pozicije kvantitativnog i kvalitativnog metodološkog pristupa.			
	2.	Instrumentarij u društvenim istraživanjima.			
	3.	Ispitanici/sudionici; Pristupi u prikupljanju kvantitativnih i kvalitativnih podataka.			
	4.	Postavljanje istraživačkog problema, ciljeva i hipoteza/istraživačkog pitanja.			
	5.-6.	Deskriptivna analiza kvantitativnih podataka, parametrijske i neparametrijske analize razlika; Interpretacija.			

	7.-10.		Osnovno kodiranje (principi i metode) kvalitativnih podataka.								
	11.-13.		Odabir najboljeg smjera interpretacije.								
	14.-15.		Značajke rasprave i zaključaka istraživanja.								
Jezik	Hrvatski										
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.										
Metode poučavanja	predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava) istraživačke metode (analiza slučaja, intervju, upitnik, oluja ideja)										
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		0%				
Praktični zadatak – mini istraživanje		IU- FFOJMD101-3,4		45	1,5		50%				
Kolokvij ili završni ispit		IU- FFOJMD101-1,2,3,4		60	2		50%				
Ukupno				150	5		100%				
Način izračuna konačne 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 s 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	Milas, G. (2005): <i>Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima.</i>		x	x				x			

	Naklada Slap, Jastrebarsko.										
	(odabrana poglavlja)										
Dopunska		x		x				x			
		x						x			
Dodatne informacije o predmetu	/										

Studijski program	Odnosi s javnošću na daljinu						
Ciklus	2	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	/				
Godina studija	1.	Semestar	Zimski				
Naziv predmeta	Korporativni identitet, imidž i reputacija	Kod predmeta	FFOJMD102				
ECTS	5	Status	obvezni				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	15	0	0	
Nastavnici							
prof. dr. sc. Milica Kostić Stanković			30	0	0	0	
Vladimir Vegar, asist.			0	15	0	0	
Ciljevi predmeta	- 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-FFOJMD102 - 1	IU-FFOSJMD-5			
	Primjenjuje sve elemente korporativnog identiteta pri kreiranju razvojnih strategija, u svrhu stjecanja konkurentske prednosti i		IU-FFOJMD102 - 2	IU-FFOSJMD-1 IU-FFOSJMD-5			

	uspješnog pozicioniranja u odnosu na različite interesno utjecajne skupine.				
	Procjenjuje značaj praktične primjene svih elemenata korporativnog identiteta pri kreiranju razvojnih strategija.			IU-FFOJMD102 - 3	IU-FFOSJMD-5
	Planira i osmišlja uspješno pozicioniranje u odnosu na različite interesno utjecajne skupine.			IU-FFOJMD102 - 4	IU-FFOSJMD-3 IU-FFOSJMD-11
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema		
	1. Tjedan		Povijesni razvoj korporativnog identiteta.		
	2. Tjedan		Konceptualni okvir korporativnog identiteta.		
	3. Tjedan		Elementi korporativnog identiteta.		
	4. Tjedan		Ciljevi korporativnog identiteta.		
	5. Tjedan		Analiza korelacije između korporativnog identiteta i pozicioniranosti organizacija.		
	6. Tjedan		Izravni utjecaj korporativnog identiteta na korporativni imidž.		
	7. Tjedan		Izravni utjecaj korporativnog identiteta korporativnu reputaciju.		
	8. Tjedan		Korporativna kultura.		
	9. Tjedan		Korporativni identitet.		
	10. Tjedan		Korporativni imidž		
	11. Tjedan		Korporativna reputacija		
	12. Tjedan		Sažetak predavanja i priprema za izlaganja.		
	13. Tjedan		Izlaganja		
	14. Tjedan		Izlaganja		
15. Tjedan		Izlaganja			
Jezik	Hrvatski jezik				
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.				
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- FFOJMD102 - 1,4	60	2	40%
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU- FFOJMD102 - 1,4	45	1.5	50%

Ukupno		150		5							
Način izračuna konačne ocjene											
Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktični dio ispita.											
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											
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											
Završni ispit 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 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	Kostić-Stanković M, (2011), Integrisane poslovne komunikacije, FON Menadžment, Beograd.		x				x	x			
	Čorić, N. (2018), Korporativna komunikacija, Synopsis, Zagreb/Sarajevo		x	x				x			
	TOMIĆ, Z., Odnosi s javnošću-teorija i praksa, Synopsis, Zagreb, 2016.		x	x				x			
Dopunska	/										
Dodatne informacije o predmetu											

MODULI ODNOSI S JAVNOŠĆU

Studijski program	Odnosi s javnošću – na daljinu				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	Odnosi s javnošću		
Godina studija	1.	Semestar	1.		
Naziv predmeta	Pisanje u odnosima s javnošću	Kod predmeta	FFOJMD104		
ECTS	5	Status	obvezni		
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	- Objasniti tehnike i stilove pisanja u odnosima s javnošću - Navesti specifičnosti pisanja u odnosima s javnošću - Objasniti pisane, govorne, vizualne, nove i event instrumente u odnosima s javnošću				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	Primjenjuje pisanje najave i obavijesti za medije stilom obrnuta piramida		IU- FFOJMD104-1	IU-FFOSJMD-12	
	Primjenjuje pisane, govorne, vizualne, nove i event instrumente u odnosima s javnošću		IU- FFOJMD104-2	IU- FFOSJMD -14,16	
	Primjenjuje preporuke za pisanje u odnosima s javnošću		IU- FFOJMD104-3	IU- FFOSJMD -9,7	
	Primjenjuje preporuke za pisanje govora		IU- FFOJMD104-4	IU- FFOSJMD -6,7	
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1.	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.	Objasniti Event instrumente u odnosima s javnošću			
	9.	Vijest i izvješće			
	10.	Najava za medije			

	11.	Obavijest za medije					
	12.	Intervju u odnosima s javnošću					
	13.	Govori					
	14.	Osnovne karakteristike pisanja govora					
	15.	Provjera znanja					
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- FFOJMD104-1,2,3,4	60		2	30%	
Predrok ili završni pismeni ispit		IU- FFOJMD104-1,2,3,4	45		1.5	60%	
Ukupno			150		5	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							
Predrok 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			
Dopunska	Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije, Itule, B. i Anderson, D., 2001.		x				x	x			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Odnosi s javnošću				
Godina studija	1.	Semestar	Zimski semestar				
Naziv predmeta	Osobni odnosi s javnošću	Kod predmeta	FFOJMD105				
ECTS	5	Status	izborni				
Broj sati Nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	0	15	0	

Nastavnici	dr. sc. Siniša Kovačić, doc.	30	0	15	0
Ciljevi predmeta	- 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 različitim sektorima, oblicima primjene i javnostima (osobni odnosi s javnošću, interna komunikacija...).	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		
Preduvjeti 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 osobnim 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		
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	20%		
Seminarski rad			30	1	20%		
Praktični/projektni zadatak		IU-FFOJM422-2,4	15	1,5	20%		
Usmeni ispit		IU-FFOJM422-1,4	30	1	40%		
Ukupno			120	5	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 rada 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% 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.	eng.	ost.	višejez.	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		
Dopunska	Odnosi s javnošću slavnih osoba, Vuksanić T., 2019.			x	x						x
Dodatne informacije o predmetu											

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu		
Ciklus	2.	Vrsta	Sveučilišni
Smjer	/	Modul	Odnosi s javnošću
Godina studija	1	Semestar	Zimski
Naziv predmeta	Etika u odnosima s javnošću	Kod predmeta	FFOJMD106

ECTS	5	Status	Izborni			
Broj sati Nastave			Predavan ja	Vježbe	Seminari	Praksa
			30		15	
Nastavn ici	dr. sc. Ivana Primorac Bilaver, doc.					
Ciljevi predme ta	- postići kod studenta prepoznavanje važnosti etičkog normiranja odnosa s javnošću - proširiti znanja studenata o važnosti etike kao temelja profesionalizma - postići kod studenta primjenu teorijskih znanja na 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 predme ta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	definira etička pitanja karakteristična za odnose s javnošću		IU-FFOJMD106-1		IU-FFOSJMD-7	
	prepoznaje korijene etike u odnosima s javnošću		IU-FFOJMD106-2		IU-FFOSJMD-7	
	prepoznaje moralne vrijednosti u vođenju uspješnog i društveno prihvatljivog komuniciranja		IU-FFOJMD106-3		IU-FFOSJMD-7	
	rašćlanjuje pojedine etičke koncepcije u odnosu na odnose s javnošću		IU-FFOJMD106-4		IU-FFOSJMD-7	
	primjenjuje profesionalne standarde		IU-FFOJMD106-5		IU-FFOSJMD-7	
Preduvj eti za upis predme ta						
Sadržaj predme ta	Tjedan/turnus		Tema			
	1.		Etika kao filozofska disciplina (praktična filozofija)			
	2.		Moral i etika, klasifikacija etike			
	3.		Korijeni 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 kolegija 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		IU-FFOJMD106-	30	1	10%
Referat		IU-FFOJMD106-	30	1	10%
Kolokvij/Pismeni ispit		IU-FFOJMD106-	30	2	40%
Usmeni ispit		IU-FFOJMD106-	30	2	40%
Ukupno			120	5	100%
Način izračuna konačne ocjene					
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 kriterije te je gramatički i pravopisno točan					
Izlaganje referata ocjenjuje se na sljedeći način:					
0% = Rad nije usmeno prezentiran.					
2.75% = Rad je djelomično pročitan i nepripremljen.					
3.5% = Rad je pročitan, ali su uočeni veći nedostaci u usmenom izlaganju.					
4.25% = Izlaganje je dobro pripremljeno, ali su uočene manje pravogovorne pogreške.					
5% = Usmeno izlaganje je izvrsno pripremljeno.					
Pišu se dva kolokvija se ocjenjuju ovako:					
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 ispit ocjenjuje ovako:					
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

Konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:

A = 91 – 100% 5 (izvrstan)

B = 79 – 90% 4 (vrlo dobar)

C = 67 – 78% 3 (dobar)

D = 55- 66% (dovoljan)

E = ispod 55% nije zadovoljio

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 nedostaci na sadržajnom planu = 7 %, seminarski rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene gramatičke i pravopisne pogreške = 9%, seminarski rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan = 10%

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	eng.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	ČEHOK, I. i dr., <i>Etika: priručnik jedne discipline</i> , Školska knjiga, Zagreb, 1996. (odabrana poglavlja)			x				x			
	TOMIĆ, Z.: <i>Odnosi s javnošću-teorija i praksa</i> , Synopsis, Zagreb, 2007. (odabrana poglavlja)			x				x			
	HENDRIX, J. A. : <i>Public Relations Cases</i> , Second Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont, CA, 1992				x			x			

	KOPREK, I.: „Etički vidici čovjekove odgovornosti“, <i>Obnovljeni život</i> , Zagreb; 2009, 64, 2			x					x		
Dopunska	PRIMORAC BILAYER, I.; “Odgovornost i povjerenje u medijskom komuniciranju krize”, <i>HUM</i> , vol. 15., No.24., 2020., str. 60-80.			x					x		
	PRIMORAC BILAYER, I.: „Bernaysovo "kristaliziranje" etike i suvremeni pristup u odnosima s javnošću“, <i>South Eastern European Journal of Communication</i> , 2023.			x					x		
Dodatne informacije o predmetu											

Studijski program	Odnosi s javnošću						
Ciklus	Diplomski studij	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Odnosi s javnošći				
Godina studija	1.	Semestar	Zimski				
Naziv predmeta	Odnosi s javnošću i oglašavanje	Kod predmeta	FFOJMD107				
ECTS	5	Status	izborni				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			15	15	15	0	
Nastavnici							

prof. dr. sc. Milica Kostić Stanković		15	0	0	0		
Vladimir Vegar, asist.		0	15	15	0		
Ciljevi predmeta	Analiza odnosa između dviju uzajamno povezanih komunikacijskih funkcija s ciljem razumijevanja pojedinačnih vrijednosti i značaja, ali i sinergijskih efekata. Nakon odslušanog kolegija student će u razumjeti korelaciju odnosa s javnošću i oglašavanja, kao i njihovu funkcionalnu međuovisnost, utemeljenu na potpunom razumijevanju pojedinačnih vrijednosti i značaja.						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa				
	Osmišlja i kreira medijske video sadržaje za objavljivanje	IU-FFOJMD107-1	IU-FFOSJMD-9				
	Osmišlja i izrađuje vlastite komunikacijske planove prilagođene različitim sektorima, oblicima primjene i javnostima (osobni odnosi s javnošću, interna komunikacija...).	IU-FFOJMD107-2	IU-FFOSJMD-8				
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema					
	1. Tjedan	Uvod u odnose s javnošću					
	2. Tjedan	Teorijski pristupi odnosima s javnošću					
	3. Tjedan	Planiranje komunikacijskih kampanja					
	4. Tjedan	Mediji i odnosi s medijima					
	5. Tjedan	Reputacijski menadžment					
	6. Tjedan	Odnosi s internim javnostima					
	7. Tjedan	Digitalni PR i društveni mediji					
	8. Tjedan	Etička pitanja u odnosima s javnošću					
	9. Tjedan	Mjerenje učinkovitosti PR kampanja					
	10. Tjedan	Oglašavanje: Uvod i osnovni pojmovi					
	11. Tjedan	Strategije oglašavanja					
	12. Tjedan	Kreativni proces u oglašavanju					
	13. Tjedan	Izlaganja-Evaluacija oglašivačkih kampanja					
	14. Tjedan	Izlaganja					
	15. Tjedan	Izlaganja					
Jezik	Hrvatski jezik						
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.						
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	-	30	1	20%
Praktični/projektni zadatak	IU-FFOJMD107-1-2	60	2	40%
Kolokviji ili završni pismeni ispit	IU-FFOJMD107-1-2	60	2	40%
Ukupno		150	5	100%

Način izračuna konačne ocjene

Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.

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.

Završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 38,5% ocjene

od 67% do 78% = do 49% ocjene

od 79% do 90% = do 59,5% ocjene

od 91% do 100% = do 70% 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
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),Marketinško 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	2.	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Odnosi s javnošću				
Godina studija	1.	Semestar	Zimski				
Naziv predmeta	Teorije i modeli odnosa s javnošću	Kod predmeta	FFOJMD108				
ECTS	5	Status	Izborni				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	15	0	0	
Nastavnici							
Prof. dr. sc. Zoran Tomić			30	0	0	0	
Vladimir Vegar, asist.			0	15	0	0	
Ciljevi predmeta	Cilj kolegija je upoznati studente s modelima i teorijama odnosa s javnošću ,njihovom primjenom, karakteristikama i funkcijama unutar organizacija, te objasniti značaj modela i teorija odnosa s javnošću za postizanje organizacijskih ciljeva i izgradnju odnosa s relevantnim javnostima. Također definirati pristup teorijama i modelima, pristupa se interdisciplinarno i studenti se upoznaju s brojnim teorijama bitnim za razumijevanje odnosa s javnošću na višem stupnju složenosti. Definirati teorije i modele koje postaju 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.		IU-FFOJMD108-1	IU-FFOSJMD-2			
	Primjenjuje određeni model pri provedbi programa odnosa s javnošću u različitim sektorima.		IU-FFOJMD108-2	IU-FFOSJMD-16			
	Definira teorijske osnove modela odnosa s javnošću i prepoznati njihove karakteristike		IU-FFOJMD108-3	IU-FFOSJMD-2			
	Prikazuje i uspoređuje komunikacijske prakse između različitih modela		IU-FFOJMD108-4	IU-FFOSJMD-7			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	1. Tjedan		Modeli odnosa s javnošću (organizacijska i heuristička funkcija)				
	2. Tjedan		Grunig-Huntovi modeli odnosa s javnošću				

	3. Tjedan	Model javnog informiranja															
	4. Tjedan	Dvosmjerni asimetrični model, propagandne agencije, intelektualiziranje odnosa s javnošću															
	5. Tjedan	Dvosmjerni simetrični model, evaluacija povratnih informacija, temeljne pretpostavke simetrične koncepcije odnosa s javnošću															
	6. Tjedan	Model otvorenih sustava, karakteristike organizacijskih sustava, proaktivni i reaktivni programi odnosa s javnošću															
	7. Tjedan	Kibernetički model oj-a, teorija sustava															
	8. Tjedan	Teorija sustava															
	9. Tjedan	Teorija mreže i dionika															
	10. Tjedan	Teorija dvostupanjskog tijeka															
	11. Tjedan	Teorija pristupa															
	12. Tjedan	Teorija izvrsnosti															
	13. Tjedan	Teorija zavisnosti od medija															
	14. Tjedan	Teorija društvenog učenja															
	15. Tjedan	Sažetak predavanja i priprema za ispit.															
Jezik	Hrvatski jezik																
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.																
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija), - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava).																
Oblici provjere znanja (označiti)																	
<table><tr><th colspan="4">Vrsta predispitne obveze</th><th colspan="3">Vrsta ispita</th></tr><tr><th>kolokvij</th><th>seminarski rad</th><th>esej/referat</th><th>praktični/projektni zadatak</th><th>ostalo</th><th>pismeni</th><th>usmeni</th><th>praktični</th></tr></table>			Vrsta predispitne obveze				Vrsta ispita			kolokvij	seminarski rad	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	pismeni	usmeni	praktični
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		-	40	1.5	20%												
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOJMD108-1-4	110	3.5	80%												
Ukupno			150	5	100%												
Način izračuna konačne ocjene																	
Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.																	
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.																	
Završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 38,5% ocjene od 67% do 78% = do 49% ocjene od 79% do 90% = do 59,5% ocjene																	

od 91% do 100% = do 70% 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	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 NA DALJINU							
Ciklus	2. diplomski	Vrsta	sveučilišni					
Smjer	/	Modul	/					
Godina studija		Semestar	.					
Naziv predmeta	Odnosi s javnošću slavnih osoba	Kod predmeta	FFOJM109					
ECTS	5	Status	Izborni					
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
			30	-	15	-		
Ciljevi predmeta	- Upoznati studente s odnosima s javnošću slavnih osoba na teorijskoj i praktičnoj razini; - Unaprijediti znanje o načinima i mogućnostima osmišljavanja, pripremanja, provedbe i analize kampanja odnosa s javnošću slavnih osoba; - Razviti vještine i znanje provedbe kampanja odnosa s javnošću slavnih osoba različitim komunikacijskim kanalima na taktičkoj i strateškoj razini.							
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	- Dizajnira brendiranje slavne osobe na taktičkoj i strateškoj razini posredstvom različitih komunikacijskih kanala.		IU-FFOSJMD-1		IU-FFOSJMD-3			
	- Planira, priprema, kreira i analizira komunikacijske poruke i događanja te njihov utjecaj na cilinu publiku slavnih osoba.		IU-FFOSJMD-2		IU-FFOSJMD-8			

	- Osmišljava i izrađuje kratkoročne, srednjoročne i dugoročne komunikacijske planove za slavne osobe.			IU-FFOSJMD-3	IU-FFOSJMD-14
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema		
	1. tjedan		Uvodno predavanje, osnovni pojmovi i definicije		
	2. tjedan		Samokomuniciranje sadržaja i moć utjecaja		
	3. tjedan		Celebrity kultura i definiranje slavnih osoba		
	4. tjedan		Klasifikacija slavnih osoba i njihova utjecaja		
	5. tjedan		Industrija slavnih osoba i njezina struktura		
	6. tjedan		Elementi tržišta slavnih osoba		
	7. tjedan		Planiranje kampanja slavnih osoba na taktičkoj razini		
	8. tjedan		Planiranje kampanja slavnih osoba na strateškoj razini.		
	9. tjedan		Motivacijski čimbenici i stvaranje kulta ličnosti		
	10. tjedan		Psihološka objašnjenja industrije slavnih osoba		
	11. tjedan		Skandali, tračevi i odgovornost praktičara odnosa s javnošću u vođenju kampanja slavnih osoba		
	12. tjedan		Studije slučaja- slavne osobe iz svijeta filma i glazbe		
	13. tjedan		Studije slučaja – slavne osobe iz znanosti, politike i sporta		
	14. tjedan		Slavne osobe – humanitarni glasnogovornici		
	15. tjedan		Priprema za ispit		
Jezik	Hrvatski jezik				
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje Sumarum				
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje s prezentiranjem, 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	1.5	0%
Samostalni zadaci			30	1.0	20%
Praktični ispit			30	1.0	40%
Usmeni ispit			45	1.5	40%
Ukupno			150	5	100
Način izračuna konačne ocjene					
Student ne može pristupiti završnom ispitu ukoliko nije položio praktični dio ispita.					
Samostalni 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					

[illegible]

2. semestar

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	FFOJMD203	
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	-upoznati studente sa temeljnim karakteristikama studije slučaja kao metode istraživanja za proučavanje fenomena unutar različitih područja odnosa s javnošću, - razviti kod studenata sposobnost za razumijevanje i interpretaciju studija slučaja u odnosima s javnošću. - osposobiti studente za samostalno kreiranje, prezentaciju i argumentaciju studija slučaja u odnosima s javnošću.				
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- FFOJMD203-1	IU-FFOSJMD-11	
	Kritički valorizira predmetni sadržaj generalizacije iz studija slučaja;		IU- FFOJMD203-2	IU-FFOSJMD-11	
	Interpretira kriterije za tumačenje i vrednovanje studija slučaja;		IU- FFOJMD203-3	IU-FFOSJMD-11	
	Identificira i definira osnovne metodološke korake za izradu studije slučaja;		IU- FFOJMD203-4	IU-FFOSJMD-11 IU-FFOSJMD-13	
	Primjenjuje stečena znanja za izradu i prezentaciju studije slučaja u odnosima s javnošću.		IU- FFOJMD203-5	IU-FFOSJMD-11 IU-FFOSJMD-10 IU-FFOSJMD-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 koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.							
Metode poučavanja	- predavačke metode (predavanje, izlaganje, demonstracija) - participativne i interaktivne metode (slobodni i vođeni razgovor, dijalog, rasprava)							
Oblici provjere znanja (označiti)								
Vrsta pred ispitne 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		/	45	1,5	10%			
praktični/projektni zadatak		IU-FFOJMD203-5	45	1,5	40%			
Pismeni ispit		IU-FFOJMD203-1, 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			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Christine Daymon, Immy Holloway - 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	Ljetni
Naziv predmeta	Odnosi s javnošću u sportu	Kod predmeta	FFOJMD204
ECTS	5	Status	obvezni

Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	15	0
Nastavnici	Prof. dr. sc. Zoran Tomić	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	0	15	0
Ciljevi predmeta	Ciljevi kolegija su: - 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-FFOJMD204-1	IU-FFOSJMD-4		
	Objašnjava kompetencije, znanja i vještine djelatnika u sportskim odnosima s javnošću.	IU-FFOJMD204-2	IU-FFOSJMD-4		
	Primjenjuje etička načela u sportskim odnosima s javnošću.	IU-FFOJMD204-3	IU-FFOSJMD-16		
	Primjenjuje pisane, govorne, vizualne, event i nove tehnike u sportskim odnosima s javnošću	IU-FFOJMD204-4	IU-FFOSJMD-16		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1. Tjedan	Povijest odnosa s javnošću u sportu.			
	2. Tjedan	Organiziranje u sportskim klubovima.			
	3. Tjedan	Tehnike i instrumenti u sportskim odnosima s javnošću.			
	4. Tjedan	Etička načela u sportskim odnosima s javnošću			
	5. Tjedan	Posebnosti elemenata iz teorije selekcije vijesti u sportu.			
	6. Tjedan	Komunikacijski kanali u sportskim odnosima s javnošću.			
	7. Tjedan	Organizacija sportskog ureda.			
	8. Tjedan	Sportsko novinarstvo.			
	9. Tjedan	Odnosi s medijima u sportu.			
	10. Tjedan	Krizno komuniciranje u sportu.			
	11. Tjedan	Krise u sportu.			
	12. Tjedan	Digitalni mediji u sportu.			
	13. Tjedan	Društveni mediji u sportu.			
	14. Tjedan	Masovni mediji.			
	15. Tjedan	Sažetak predavanja i priprema za ispit.			

Jezik		Hrvatski jezik									
E-učenje		Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.									
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		IU-FFOJMD204-1-4	105		4.5		90%				
Ukupno			150		5		100%				
Način izračuna konačne ocjene											
Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.											
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.											
Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 38,5% ocjene od 67% do 78% = do 49% ocjene od 79% do 90% = do 59,5% ocjene od 91% do 100% = do 70% 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% vrlodobar (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	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	/										

MODUL DIGITALNE KOMPETENCIJE

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Digitalne kompetencije				
Godina studija	1.	Semestar	2.				
Naziv predmeta	NOVI MEDIJI I ODNOSI S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJMD205				
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			15	30	0	0	
Nastavnici	dr. sc. Marko Odak, izv. prof.		15	0	0	0	
	Antonia Juka, asist.		0	30	0	0	
Ciljevi predmeta	- 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-FFOJMD205-1		IU-OSJMD-12		
	Vrednuje i koristi različite web 2.0 alate.		IU-FFOJMD205-2		IU-OSJMD-12		
	Odabire društveni medij primjeren određenoj situaciji stvarajući utjecaj.		IU-FFOJMD205-3		IU-OSJMD-12		
	Upotrebljava komunikacijske tehnologije za poslovno okruženje.		IU-FFOJMD205-4		IU-OSJMD-12		
	Razvija strategiju korištenja komunikacijskih tehnologija u poslovne svrhe.		IU-FFOJMD205-5		IU-OSJMD-12		

	Razlikuje internetske servise i njihovu primjenu u odnosima s javnošću.		IU-FFOJMD205-6	IU-OSJMD-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				
	14.-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-FFOJMD205-1, 2, 3, 4, 5, 6	60	2	60%		
Završni usmeni ispit		IU-FFOJMD205-1, 2, 3, 4, 5, 6	45	1.5	30%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Da bi studenti mogli izaći na završni ispit, potrebno je položiti praktični dio ispita.							
Pohađanje i aktivnost na nastavi ocjenjuje se 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 dio se ocjenjuje na sljedeći način:							
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

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):

/

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	engl.	ost.	višejez.	knjiga	članak	skripta	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-na daljinu		
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni
Smjer	/	Modul	Mediji

Godina studija	1.	Semestar	2.			
Naziv predmeta	Big Data i umjetna inteligencija	Kod predmeta	FFOJMD206			
ECTS	5	Status	Izborni			
Broj sati Nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
			30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Tomislav Volarić, izv. prof.	30	15	0	0	
Ciljevi predmeta	Cilj predmeta je osposobiti studente za razumijevanje i primjenu Big Data tehnologija i umjetne inteligencije u odnosima s javnošću, te njihovu upotrebu u analiziranju javnog mnijenja, predviđanju trendova i kreiranju kampanja. Studenti će naučiti važne pojmove, tehnike i alate vezane za velike podatke i umjetnu inteligenciju, ali i etičke aspekte korištenja ovih tehnologija u odnosima s javnošću.					
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	Primijenjuje znanja o novim tehnologijama komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije ureda odnosa s javnošću u svim vrstama profitnih i neprofitnih organizacija		IU-FFOSJMD-12		IU-FFOJMD206-1	
	Dizajnira i primijenjuje istraživačke alate za provođenje istraživanja javnog mnijenja i ciljnih javnosti temeljenih na odgovarajućoj metodologiji		IU-FFOSJMD-13		IU-FFOJMD206-2	
Preduvjeti za upis predmeta	Nema preduvjeta.					
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema			
	1.		Uvod u Big Data i umjetnu inteligenciju			
	2.		Big Data alati za analizu podataka u odnosima s javnošću			
	3.		Umjetna inteligencija i analitika u istraživanju javnog mnijenja			
	4.		Primjena Big Data u praćenju i analiziranju kampanja			
	5.		Predviđanje trendova u odnosima s javnošću putem AI			
	6.		Upotreba AI u stvaranju sadržaja i kreiranju kampanja			
	7.		Etika i privatnost u Big Data i AI analizama			
	8.		Studije slučaja: Umjetna inteligencija u političkim kampanjama			
	9.		Studije slučaja: Umjetna inteligencija u kriznom komuniciranju			
	10.		Umjetna inteligencija u medijskom praćenju i evaluaciji kampanja			
	11.		Analiza sentimenta putem AI alata			
	12.		Upotreba Big Data u brendiranju			
	13.		Budućnost umjetne inteligencije u odnosima s javnošću			
	14.		Primjena umjetne inteligencije u kreiranju personaliziranih poruka			
	15.		Big Data i inovacije u industriji odnosa s javnošću			
Jezik	Hrvatski jezik					
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) - istraživačke metode (statistička analiza) - vježbe na računalima										
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 aktivno sudjelovanje		IU-FFOJMD206-1,2	45		2,5		20%				
Završni ispit		IU-FFOJMD206-1,2	45		2,5		80%				
Ukupno			90		5		100%				
Način izračuna konačne 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.	eng.	ost.	višez.	knjiga	članak	skripta	ost.
Obvezna	Umjetna inteligencija u obrazovanju i robotici, Volarić, Tomislav; Crnokić, Boris; 2022.	X		X				X			
	Payton, Theresa, and Ted Claypoole. Privacy in the age of Big data: Recognizing threats, defending your rights, and protecting your family. Rowman & Littlefield, 2023.	X		X				X			
Dopunska	Marr, Bernard. Big data in practice: how 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results. John Wiley & Sons, 2016.		X		X			X			
	Gaule, Hemant. "Artificial Intelligence in Public Relations and Communications."		X		X			X			

Artificial Intelligence in Public Relations and Communications: cases, reflections, and predictions: 111.											
Dodatne informacije o predmetu	/										

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	/		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	Vizualna komunikacija	Kod predmeta	FFOJMD207		
ECTS	5	Status	izborni B		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	15	0	0
Nastavnici	dr. sc. Mario Tomiša, red. prof.	30	0	0	0
	Izv.prof.art. dr.sc. Robert Geček	0	15	0	0
Ciljevi predmeta	Kolegij Vizualna komunikacija istražuje načine na koje vizualni elementi prenose poruke i informacije u kontekstu umjetnosti, dizajna, medija i svakodnevnog života. Kroz analizu različitih medija, od tiskanih do digitalnih, studenti će steći razumijevanje osnovnih principa vizualne komunikacije i razviti vještine potrebne za učinkovito korištenje vizualnih elemenata u svom radu. CILJEVI: Upoznati studente s osnovnim principima i teorijama vizualne komunikacije. Razviti vještine analize i kritičkog promišljanja o vizualnim porukama. Osposobiti studente za kreiranje učinkovitih vizualnih komunikacijskih strategija. Potaknuti kreativnost i inovativnost u upotrebi vizualnih elemenata. Razviti razumijevanje utjecaja kulture i društva na vizualnu komunikaciju.				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Identificirati i objasniti osnovne teorije i principe vizualne komunikacije	IU- FFOJMD207-1	IU-FFOSJMD-1		

	Kritički analizirati vizualne poruke u različitim medijima.	IU- FFOJMD207-2	IU-FFOSJMD-1
	Primijeniti osnovne principe dizajna u stvaranju vizualnih komunikacija	IU- FFOJMD207-3	IU-FFOSJMD-17
	Razviti učinkovite vizualne komunikacijske strategije za različite ciljne skupine	IU- FFOJMD207-4	IU-FFOSJMD-9
	Kreirati vizualne materijale koristeći različite alate i tehnologije	IU- FFOJMD207-5	IU-FFOSJMD-9
Preduvjet i za upis predmeta	/		
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema	
	1.	Uvod u vizualnu komunikaciju	
	2.	Osnovni elementi vizualnog dizajna	
	3.	Tipografija u vizualnoj komunikaciji	
	4.	Boja i psihologija boja	
	5.	Fotografija kao sredstvo vizualne komunikacije	
	6.	Grafički dizajn i vizualna hijerarhija	
	7.	Vizualna komunikacija u digitalnim medijima	
	8.	Brendiranje i vizualni identitet	
	9.	Vizualna komunikacija u oglašavanju	
	10.	Etika i odgovornost u vizualnoj komunikaciji	
	11.	Vizualna komunikacija u javnim prostorima	
	12.	Multimedijalne instalacije i vizualna umjetnost	
	13.	Analiza studija slučaja	
	14.	Završni rad i prezentacija	
15.	Završni rad i prezentacija		
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 zadaci		
Oblici provjere znanja (označiti)			
</			

Dopunska	Grafički dizajn i komunikacija, M. Tomiša, M. Milković, 2013.		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu	/										
		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću na daljinu				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	digitalne kompetencije		
Godina studija	1.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	PRETRAŽIVANJE INFORMACIJA	Kod predmeta	FFOJMD208		
ECTS	5	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	- upoznati studente s različitim tipologijama i vrstama sustava za pretraživanje, pojmovnim određenjima, teorijskim konceptima, zakonitostima i praktičnim dosezima u području pretraživanja informacija; - potaknuti studente na kritično promišljanje o evaluaciji pretraživanja informacija i evaluaciji (izvora) informacija te na procjenu rezultata pretraživanja				
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa		
	Opisuje utjecaj jezičnih fenomena u pretraživanju.	IU- FFOJMD208-1	IU-FFOSJMD-12		
	Postavlja strategiju pretraživanja.	IU- FFOJMD208-2	IU-FFOSJMD-12		
	Demonstrira pretraživanje koristeći složenu sintaksu i operatore za pretraživanje.	IU- FFOJMD208-3	IU-FFOSJMD-12		
	Razlikuje vrste pretraživanja (pretraživanje prema ključnim riječima, konceptualno/predmetno pretraživanje).	IU- FFOJMD208-4	IU-FFOSJMD-12		
	Analizira trendove u razvoju sustava za pretraživanje.	IU- FFOJMD208-5	IU-FFOSJMD-12		
	Objašnjava postupke vrednovanja pretraživanja te odnose relevantnosti, odziva i preciznosti.	IU- FFOJMD208-6	IU-FFOSJMD-12		
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.	Odaziv 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		- 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	seminar ski 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	60	2	40%		
Kolokviji ili pismeni ispit		IU- FFOJM106-1,2,3,4,5,6	45	1.5	60%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
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							
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							
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							
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% vrlodobar (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			
		vlast ito	ost.	hr v.	en gl.	ost .	višeje z.	knjig a	članak	skri pta	ost.
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		/									

MODUL MEDIJI

Studijski program	Odnosi s javnošću – na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Mediji				
Godina studija	1	Semestar	2				
Naziv predmeta	Internetska televizija	Kod predmeta	FFOJMD209				
ECTS	5	Status	Izborni B				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			15	30	0	0	
Ciljevi predmeta	- Proširiti znanja studenata o pojmu konvergencije interneta i televizijskih sadržaja, potom sustavima produkcije video sadržaja za internetske platforme u praksi, te načinima doživljaja u video sadržaja društvu s ciljem boljeg razumijevanja rada masovnih medija. - Osposobiti studente za razlikovanje različitih vrsta video žanrova koji se koriste na internetskim platformama i izradu s diseminacijom 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 kroz internetske platforme na društvo.						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	Definira pojmove „konvergencija“, „internet“ i „televizijski i video sadržaji“ te opisuje praktičnu ulogu svega što pojmovi podrazumijevaju.		FFOJMD209-1	IU-FFOSJMD-1			
	Opisuje i objašnjava cjelokupan proces izrade video sadržaja različitih žanrova i različitih specifičnosti koje se odnose na određenu vrstu medija isključivo za internetske platforme i sustave.		FFOJMD209-2	IU-FFOSJMD-9			
	Izrađuje različite vrste video sadržaja prilagođenih određenoj vrsti internetske platforme.		FFOJMD209-3	IU-FFOSJMD-12			
	Na internetskim platformama klasificira, analizira i objašnjava različite vrste video sadržaja i utvrđuje njihov utjecaj na publiku		FFOJMD209-4	IU-FFOSJMD-18			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	1. tjedan		Uvod: definiranje pojmova „konvergencija“, „produkcija“, „internet“ i „video“				
	2. tjedan		Internetska komunikacija				
	3. tjedan		Osnove videografije				
	4. tjedan		Tehničko snimanje kamerom				
	5. tjedan		Programsko snimanje kamerom				
	6. tjedan		Izrada sinopsisa				
	7. tjedan		Zvučni efekti				

	8. tjedan	Nelinearna video montaža 1					
	9. tjedan	Nelinearna video montaža 2					
	10. tjedan	Žanrovske odrednice videa					
	11. tjedan	Izrada video sadržaja 1					
	12. tjedan	Izrada video sadržaja 2					
	13. tjedan	Izrada video sadržaja 3					
	14. tjedan	Izrada video sadržaja 4					
	15. tjedan	Izrada video sadržaja 5					
Jezik	Hrvatski jezik / Engleski 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, debata, pregovaranje, posredovanje) - istraživačke metode (analiza slučaja, oluja ideja)						
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		FFOJMD209-1 FFOJMD209-2 FFOJMD209-3 FFOJMD209-4	30	1	10%		
Vježbe		FFOJMD209-1 FFOJMD209-2 FFOJMD209-3 FFOJMD209-4	60	2	20%		
Predrok / završni usmeni ispit		FFOJMD209-1 FFOJMD209-2 FFOJMD209-3 FFOJMD209-4	60	2	70%		
Ukupno			150	5	100		
Način izračuna konačne ocjene							
Usmeni ispiti 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 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):							

Samostalni zadatci imaju udio u ocjeni jednak udjelu pohađanja i aktivnosti na nastavi.

[illegible]

Studijski program	Odnosi s javnošću (na daljinu)						
Ciklus	2	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	/				
Godina studija	1	Semestar	1				
Naziv predmeta	Mediji i popularna kultura	Kod predmeta	FFOJMD212				
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
		15	0	30	0		
Ciljevi predmeta	- proširiti znanja studenata/ica o teorijama popularne kulture; - postići razumijevanje osnovnih elemenata popularne kulture i odnosa popularne kulture s masovnim medijima - proširiti znanja studenata/ica o međusobnom odnosu masovnih medija i popularne kulture						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	Definira fenomenologiju popularne kulture u terminima povijesnog društvenog razvoja i prepoznaje generičke forme.		IU-FFOSJMD-1	IU-FFOSJMD-18			
	Interpretira teorijske pristupe u medijskim i kulturološkim studijama, s fokusom na medijski tekst.		IU-FFOSJMD-2	IU-FFOSJMD-18			
	Analizira odnos masovne, popularne i elitne kulture i masovnih medija.		IU-FFOSJMD-3	IU-FFOSJMD-18			
	Uspoređuje i kritički vrednuje teorijske pristupe medijskim žanrovima u odnosu prema medijskoj produkciji i recepciji popularnih medijskih programa.		IU-FFOSJMD-4	IU-FFOSJMD-18			
	Analizira proizvode popularne medijske kulture, njihovu promjenu i društveni značaj.		IU-FFOSJMD-5	IU-FFOSJMD-18			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	1.		Normativne i deskriptivne definicije kulture – elitna kultura, masovna kultura				
	2.		Definiranje pojma popularno				
	3.		Teorije popularne kulture kroz povijest				
	4.		Kulturna industrija				
	5.		Moderna popularna kultura				
	6.		Popularna kultura i masovni mediji				
	7.		Proizvodnja popularne kulture				
	8.		Popularni žanrovi				

	9.	Regionalna vs. globalna popularna kultura					
	10.	Nacionalna popularna kultura					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.						
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/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		-	
Samostalni zadatci		IU-FFOSJMD-4, 5	45	1,5		Max 30%	
Kolokvij i priprema za kontinuiranu provjeru znanja		IU-FFOSJMD-1, 2, 3, 4	60	2		Max 70%	
Završni ispit*		IU-FFOSJMD-1, 2, 3, 4	60*	1*		Max 70%*	
Ukupno			60	5		100%	
Način izračuna konačne ocjene							
*Studenti koji polože dva kolokvija i urade predviđene samostalne zadatke ne pristupaju završnom pismenom ispitu.							
Kolokvij (x2) se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 50% točnih odgovora = 0% ocjene od 51% do 60% = do 5% ocjene od 61% do 70% = do 10% ocjene od 71% do 80% = do 15% ocjene od 81% do 90% = do 20% ocjene od 91% do 100% = do 25% ocjene							
Završni ispit se ocjenjuju na sljedeći način manje od 50% točnih odgovora = 0% ocjene od 51% do 60% = do 10% ocjene od 61% do 70% = do 20% ocjene od 71% do 80% = do 30% ocjene od 81% do 90% = do 40% ocjene od 91% do 100% = do 50% ocjene							
Prema Pravilniku o 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	Fiske, J. (2001.) <i>Popularna kultura</i> , Clio, Beograd		X			X		X			
	Kidd, D., Kim, J., Turner, A. (20) Popular Culture, in Korgen, K. O. (2017) (ur.) Cambridge Handbook of Sociology.		X		X						X
	Buchman, A., Hellmueller, L. (2015.) Popular culture and communication practice, in Communication Research Trends, vol. 34., no. 3.				X				X		
	Storey, J. (2018.) <i>Cultural theory and popular culture. An introduction</i> , Routledge		X		X			X			
	Strinati, D. (2004.) <i>An introduction to theories of popular culture</i> , Routledge, London		X		X			X			
Dopunska	Christenson, P. G. – Roberts, D. F. (1998.) <i>It's not only rock&roll. Popular music in the lives of adolescents</i> , Hampton Press, Cresskill		X		X			X			
	Hromadžić, H. (2009.) <i>Mediji i spektakularizacija društvenog svijeta</i> , u Filozofska istraživanja, sv. 4. god. 30.		X	X					X		
	Duda, D. (2002.) <i>Kulturalni studiji – ishodišta i problemi</i> , AGM, Zagreb		X	X				X			
	Eco, U. (1973.) <i>Kultura, informacija, komunikacija</i> , Nolit, Beograd		X	X				X			

	Fiske, J. (1997.) <i>Television culture</i> , Routledge, London		X		X			X			
	Hromadžić, H. (2008.) <i>Konzumerizam. Potreba,</i> <i>životni stil, ideologija</i> , Jesenski i Turk, Zagreb		X	X				X			
	McNair, B. (2004.) <i>Striptiz kultura. Seks,</i> <i>mediji i demokratizacija</i> <i>žudnje</i> , Jesenski i Turk, Zagreb		X	X				X			
	Miloš, B. (2002.) <i>Druga</i> <i>strana rock 'n' rolla</i> , Verbum, Split		X	X				X			
Dodatne informacije o predmetu		/									

Studijski program	Odnosi s javnošću – na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Mediji				
Godina studija	1	Semestar	2				
Naziv predmeta	Video produkcija	Kod predmeta	FFOJMD211				
ECTS	5	Status	Izborni B				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			15	30	0	0	
Ciljevi predmeta	- 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		FFOJMD211-1	IU-FFOSJMD-1			
	Opisuje i objašnjava cjelokupan proces izrade video sadržaja različitih žanrova i različitih specifičnosti koje se odnose na određenu vrstu medija		FFOJMD211-2	IU-FFOSJMD-9			
	Izrađuje različite vrste video sadržaja prilagođenih određenoj vrsti medija i publike		FFOJMD211-3	IU-FFOSJMD-9			
	Klasificira, analizira i objašnjava različite vrste video sadržaja i utvrđuje njihov utjecaj na publiku		FFOJMD211-4	IU-FFOSJMD-18			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	16. tjedan		Uvod: definiranje pojmova „video“ i „produkcija“				
	17. tjedan		Vizualna komunikacija				
	18. tjedan		Osnove fotografije				
	19. tjedan		Osnove snimanja kamerom				
	20. tjedan		Kadar i kompozicija kadra				
	21. tjedan		Odabir i obrada teme – izrada scenarija				
	22. tjedan		Zvuk i glazba u videu				
	23. tjedan		Nelinearna video montaža				
	24. tjedan		Specijalni video efekti				
	25. tjedan		Televizijski i video žanrovi				
	26. tjedan		Izrada video sadržaja 1				
	27. tjedan		Izrada video sadržaja 2				
	28. tjedan		Izrada video sadržaja 3				
	29. tjedan		Izrada video sadržaja 4				
	30. tjedan		Izrada video sadržaja 5				

Jezik	Hrvatski jezik / Engleski 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, debata, pregovaranje, posredovanje) - istraživačke metode (analiza slučaja, oluja ideja)				
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		FFOJMD211-1 FFOJMD211-2 FFOJMD211-3 FFOJMD211-4	30	1	10%
Vježbe		FFOJMD211-1 FFOJMD211-2 FFOJMD211-3 FFOJMD211-4	60	2	20%
Predrok / završni usmeni ispit		FFOJMD211-1 FFOJMD211-2 FFOJMD211-3 FFOJMD211-4	60	2	70%
Ukupno			150	5	100
Način izračuna konačne ocjene					
Usmeni ispiti 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 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 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.					

[illegible]

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul					
Godina studija	1.	Semestar	2.				
Naziv predmeta	MEDIJI I SIGURNOST		Kod predmeta	FFOJMD213			
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati Nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	0	15		
Nastavnici	dr.sc. Silvana Marić Tokić, izv. prof.						
	dr.sc. Ilija Musa, izv. prof.						
Ciljevi predmeta	– upoznati studente s pojmom sigurnosti i s različitim oblicima sigurnosti – proširiti znanja studenata o pojmu informacije i njenim različitim oblicima te nastanku i razvoju informacijskoga društva						

	- definirati nove pojmove poput informacijskoga rata, javne diplomacije, specijalnog rata, medijskog rata i osposobiti studente za prepoznavanje upotrebe tih pojmova unutar medijskoga prostora - objasniti ulogu medija u novom dobu i u različitim oblicima sigurnosnih rizika - osposobiti studente za razvoj smjernica za medijske kodekse i zakone koji se tiču odnosa medija i sigurnosti		
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa
	-definira ključne pojmove iz područja sigurnosti i medija i opisuje u kakvom su suodnosu mediji i sigurnost	IU-FFOJMD213-1	IU-FFOSJMD-17
	-definira i analizira različite vrste informacija unutar informacijskoga prostora a koje se prenose putem niza medija s utjecajem na sigurnost	IU-FFOJMD213-2	IU-FFOSJMD-17,18
	-objašnjava pojavu novih pojmova vezanih uz nove oblike sukoba i i uspoređuje ih	IU-FFOJMD213-3	IU-FFOSJMD-17
	-primjenjuje teorijska znanja iz sigurnosti, medija, prava	IU-FFOJMD213-4	IU-FFOSJMD-6,18
	-daje primjere za medijsko izvještavanje u kriznim situacijama i objašnjava na koji način mediji pristupaju sigurnosnim izazovima suvremenog doba	IU-FFOJMD213-5	IU-FFOSJMD-9,13
	-analizira utjecaj medija na sigurnosnu politiku	IU-FFOJMD213-6	IU-FFOSJMD-6,13
Preduvjet i za upis predmeta	/		
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema	
	1.	Informacije, informacijsko društvo, društvo znanja	
	2.	Novi oblici sukoba	
	3.	Globalni problemi i mediji	
	4.	Mediji i izvještavanje o kriznim situacijama	
	5.	Dvojaka uloga medija u sigurnosnim rizicima	
	6.	Mediji kao konstrukt stvarnosti	
	7.	Medijski zakoni i kodeksi i prilagodba sigurnosnim rizicima	
	8.	Masovni mediji i sigurnost	
	9.	Medijsko izvještavanje i sigurnost	
	10.	Mediji i terorizam	
	11.	Mediji i migracije	
	12.	Mediji i zdravstvene krize	
	13.	Mediji i ekonomske krize	
	14.	Mediji, pravo na pristup informacijama-sigurnost i pravo na privatnost	
	15.	Medijska politika - sigurnosna politika	
Jezik	Hrvatski		
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje.		

Metode poučavanja	Istraživačke, predavačke, interaktivne						
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		IU-FFOSJMD-6,9,13,17,18	45		1.5		25 %
Seminarski rad		IU-FFOSJMD-6,9,13,17,18	45		1.5		25 %
Pismeni ispit		IU-FFOSJMD-6,9,13,17,18	30		1		50 %
Ukupno			120		4		100 %
Način izračuna konačne ocjene							
<u>Nastava i aktivnost na nastavi:</u> studenti su obvezni prisustvovati 70 % nastavi. Dolazak na nastavu i aktivnost u nastavi iznosi maksimalno 25 % od ukupne ocjene. <u>Pisanje seminarskog rada:</u> 0% = Rad nije napisan. 13.75% = Rad je napisan, djelomično zadovoljava formalne kriterije. 17.5% = Rad zadovoljava formalne kriterije, ali su uočeni veći nedostaci na sadržajnom planu. 21.25% = Rad zadovoljava formalno i sadržajno, ali su uočene veće gramatičke i pravopisne pogreške. 25% = Rad je iscrpan, gramatički i pravopisno točan <u>Pismeni dio ispita se ocjenjuju na sljedeći način:</u> manje od 50% točnih odgovora = 0% ocjene od 51% do 65% = do 27.5% ocjene od 66% do 75% = do 35% ocjene od 76% do 89% = do 42.5% ocjene od 90% do 100% = do 50% ocjene <u>Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:</u> 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			
		vlastit o	ost.	hr v.	en g.	ost.	više j ez.	knjiga	član ak	skr ipt a	o st .
Obvezna	Reforma sigurnosnog sektora i mediji u BiH – Put ka uspješnom upravljanju sigurnosnim sektorom, Sarajevo, centar za sigurnosne studije, 2006.		X	X							X
	<i>Medijsko pravo: sloboda izražavanja u Bosni i Hercegovini i Republici Hrvatsko, Ilija Musa, 2017.</i>		x	x				x			
	Specijalni rat I, II, III, Gordan Akrap, 2013.										
	<i>Global Crisis Reporting: Journalism in the Global Age, Simon Cottle, 2019.</i>		x		x			x			
	Barović, V.(2010.) „Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama“, Medijske studije, vol 2. (3-4): 119-126.		x	x					x		
	Izvještavanje o terorizmu i nasilnom ekstremizmu, Smjernice za novinare https://www.osce.org/files/f/documents/8/5/442396.pdf (1.08.2021.)		x	x							x
	<i>Mediji, novinarstvo i ljudska prava</i> , Zagreb, Fakultet političkih znanosti, 2017.		x	x							x
Dopunska	Vertovšek, N., Tomović, A. (2015). : „Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije“, u: <i>In medias res</i> , Vol. 4, Br. 6, str. 952-969.		x	x					x		
	Puvača Bukovac, Maja: „PRAVO NA ZAŠTITU OSOBNIH PODATAKA KAO TEMELJNO PRAVO I		x	x					x		

	ODGOVORNOST ZA ŠTETU ZBOG NJEGOVE POVREDE“, u: <i>Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci</i>, Vol. 40, No.1, 2019., str. 287-31									
	Ivanišin, M. (2011.) „(Medijska) Stvarnost: gdje je kriza?“, u: D. Labaš (ur.) <i>Komunikacija i mediji u krizi</i> , Zagreb: Sveučilište u Zagrebu – Hrvatski studiji.		x	x					x	
	Husejnefendić, Šejn: „GRAĐANSKO NOVINARSTVO VS PROFESIONALNI MEDIJI U KRIZNIM SITUACIJAMA (STUDIJ SLUČAJA BOSNE I HERCEGOVINE)“, u: <i>Društvene i humanističke studije</i> , Godina I, Broj 1, Tuzla, 2016.		x	x					x	
	Boban, Marija: „Pravo na privatnost i pravo na pristup informacijama u suvremenom informacijskom društvu“, u: <i>Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu</i> , Vol. 49, No. 3, 2009. ,str. 575-598.		x	x					x	
Dodatne informacije o predmetu										

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul	DIGITALNE KOMPETENCIJE				
Godina studija	1	Semestar	2				
Naziv predmeta	Mediji i digitalne kompetencije	Kod predmeta	FFOJMD214				
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati Nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	0	15	0	
Nastavnici	dr. sc. Ivana Sivrić, izv. prof.						
Ciljevi predmeta	- Postići kod studenta razumijevanje osnovnih pojmova iz navedenog predmeta						

	- Osposobiti studenta za kritičku procjenu i vrednovanje informacija i medijskih poruka - Postići kod studenta razumijevanje uloge medija i odnosa s javnošću u suvremenom kontekstu, društvenih trendova, digitalnih i medijskih vještina i kompetencija - Proširiti znanja kod studenta o digitalnoj i medijskoj tranziciji putem obrazovanja, osposobljavanja i cjeloživotnog učenja		
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja	Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa
	Primjenjuje naučena teorijska znanja o medijima, odnosima s javnošću, medijskoj i digitalnoj pismenosti te digitalnim vještinama i kompetencijama	FFOJMD214-1	IU-FFOSJMD-12
	Analizira i procjenjuje društvene učinke medijskih poruka	FFOJMD214-2	IU-FFOSJMD-17
	Definira medijske i digitalne vještine te analizira kao dio cjeloživotnog učenja i digitalne kulture	FFOJMD214-3	IU-FFOSJMD-18
	Interpretira i procjenjuje digitalnu transformaciju i analizira vještine digitalne i medijske pismenosti u suvremenom okruženju	FFOJMD214-4	IU-FFOSJMD-14
Preduvjeti za upis predmeta	7		
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema	
	1.	Informacijsko društvo i društvo znanja	
	2.	Odnosi s javnošću, mediji i digitalna transformacija	
	3.	Mediji, odnosi s javnošću u službi ekonomije (digitalni i socijalni marketing)	
	4.	Digitalna, medijska i informacijska pismenost i transpismenost	
	5.	Načela digitalne komunikacije, razumijevanje digitalne transformacije i digitalni tragovi	
	6.	Strateški pristup proučavanja medijske i informacijske pismenosti za digitalno doba	
	7.	Pet zabluda o konceptu medijske pismenosti	
	8.	Digitalne i medijske kompetencije građana u Bosni i Hercegovini	
	9.	Medijska publika – digitalni odnosi s javnošću, aktivnosti obrade informacija i medijskih poruka	
	10.	Razumijevanje medija pomoću analize medijskih sadržaja	
	11.	Nove tehnologije komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije ureda odnosa s javnošću u svim vrstama profitnih i neprofitnih organizacija	

	12.	Mediji, algoritmi i umjetna inteligencija u odnosima s javnošću: digitalne vještine i kompetencije za 21. stoljeće					
	13.	Mediji i (dez)informacije – etika u odnosima s javnošću i medijima					
	14.	Pismenost budućnosti/cjeloživotno učenje - inovativne metode učenja Globalne mreže pismenosti budućnosti					
	15.	Priprema za ispit					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta na sustavu za e-učenje.						
Metode poučavanja	Predavačke, interaktivne, istraživačke						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
Kolokvij	semi nars ki 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		20%
Seminarski rad		FFOJMD214-2,3,4	10		1		30%
Pismeni ispit		FFOJMD214-1,2,3,4	20		3		50%
Ukupno			60		5		100%
Način izračuna konačne ocjene							
Pohađanje nastave i aktivnosti na nastavi iznose 20% udjela u ocjeni.							
Seminarski rad se vrednuje na sljedeći način: Manje od 55 % urađenih obaveza= 0% ocjene Od 55 do 66 % urađenih obaveza=do 7 % ocjene Od 67 do 78 % urađenih obaveza=do 15 % ocjene Od 79-90 % urađenih obaveza=do 22 % ocjene Od 91 do 100 %urađenih obaveza=do 30 % ocjene							
Pismeni dio ispita se ocjenjuje na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 65% = do 27.5% ocjene od 66% do 75% = do 35% ocjene od 76% do 89% = do 42.5% ocjene od 90% 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):

7

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlastito	ost.	hrv.	eng.	ost.	višeje z.	knjiga	člana k	skri pta	os t.
Obvezna	Sivrić, Ivana (2021). <i>Medijska (ne)pismenost u digitalno doba</i> , Mostar: Sveučilište u Mostaru (odabrana poglavlja)	x		x				x			
	Zgrabljić, Rotar, Nada (2020). <i>Digitalno doba: masovni mediji i digitalna kultura</i> , Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.		x	x				x			
	Vajzović, E. (2021). <i>Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba</i> , Sarajevo: Institut za društvena istraživanja, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (odabrana poglavlja)		x	x				x			
Dopunska	Peović Vuković, Katarina (2012). <i>Mediji i kultura, ideologija medija nakon decentralizacije</i> , Zagreb: Naklada Jesenski i Turk (odabrana poglavlja)		x	x				x			

	Tajić, L. (2013). Medijska pismenost u BiH, Sarajevo: Internews in BiH. (odabrana poglavlja)		x	x				x			
	Vajzović, E. (2020). <i>Medijska i informacijska pismenost: istraživanje i razvoj</i> , Sarajevo: Institut za društvena istraživanja, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (odabrana poglavlja)		x	x				x			
	Hobbs, R., Moore Cooper, D. (2013). <i>Discovering Media Literacy: Teaching Digital Media and Popular Culture in Elementary School</i> , California: Corwin. (odabrana poglavlja)		x		x			x			
Dodatne informacije o predmetu											

2 . GODINA**3. Semestar**

Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni			
Smjer	/	Modul				
Godina studija	2.	Semestar	3.			
Naziv predmeta	INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJA		Kod predmeta	FFOJMD305		
ECTS	6	Status	obvezni			
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
		30	15	15	0	
Ciljevi predmeta	-Upoznati studente sa funkcijama i značajkama interpersonalne komunikacije, - Razviti kod studenata sposobnost za razumijevanje interpersonalne komunikacije kao procesa pomoću kojeg dvije osobe razmjenjuju informacije i međusobno utječu na svoja mišljenja i ponašanja. - Postići kod studenata sposobnost kritičkog razmišljanja o utjecaju interpersonalne komunikacijske persuzacije na stavove sugovornika i sposobnost razlikovanja teorija i strategija persuzivne komunikacije. - Osposobiti studente za samostalnu primjenu kognitivnih i bihevioralnih interpersonalnih komunikacijskih vještina.					
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- FFOJMD305-1	IU-FFOSJMD-16		
	Definira anatomiju obavijesti i opisuje komunikacijske procese, identificira i argumentira značaj svih elemenata koji utječu na situacijski i relacijski kontekst komunikacije;		IU- FFOJMD305-2	IU-FFOSJMD-16		
	Klasificira kognitivne i bihevioralne vještine kao integralne dijelove komunikacijske kompetencije;		IU- FFOJMD305-3	IU-FFOSJMD-16		
	Valorizira ulogu i važnost odnosne strane obavijesti na komunikacijski proces kroz uporabu metodoloških alata transakcijske analize;		IU- FFOJMD305-4	IU-FFOSJMD-16		
	Primijenjuje stečena znanja i vještine na praktičnoj razini.		IU- FFOJMD305-5	IU-FFOSJMD-16 IU-FFOSJMD-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.	Variable 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 koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.						
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		
kolok vij	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		/	60	2	10%		
Seminarski rad (pismeni)		/	15	0,5	10%		
Kolokviji (x2) i priprema za kontinuiranu provjeru znanja*		IU- FFOJMD305-1,2,3,4,5	60	2	50%		
Pismeni ispit*		IU- FFOJMD305-1,2,3,4,5	60	2	50%		
Završni usmeni ispit		IU- FFOJMD305-1,2,3,4,5	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% 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	REARDON, K., <i>Interpersonalna 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., <i>Interpersonal Communication- Puttingtheoryintopractice</i> , 2013.		x		x			x			
	DeVITO, A. J., <i>TheInterpersonal Communication Book</i> , 2012.		x		x			x			
	PERLOFF, M. R., <i>The Dynamics ofPersuasion - CommunicationandAttitud esinthe 21st Century</i> , Routledge, 2017.										
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	FFOJMD306			
ECTS	4	Status	obvezni				
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
		0	0	0	120		
Ciljevi predmeta	- 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- FFOJMD306-1	IU-FFOSJMD-18			
	Primijenjuje komunikacijske vještine kroz uporabu modela, tehnika i alata odnosa s javnošću u funkciji		IU- FFOJMD306-2	IU-FFOSJMD-18			

	upravljanja i organizacije odnosa s javnošću unutar organizacije,						
	Dizajnira i primjenjuje istraživačke alate za prikupljanje podataka potrebnih za socijalnu analizu okoline kroz istraživanja javnog mnijenja,			IU- FFOJMD306-3	IU-FFOSJMD-18 IU-FFOSJMD-13		
	Izrađuje vlastite komunikacijske planove za odnose s medijima i različitim vrstama javnosti,			IU- FFOJMD306-4	IU-FFOSJMD-18 IU-FFOSJMD-14		
	Razvija stručna znanja, vještine i profesionalnu etiku.			IU- FFOJMD306-5	IU-FFOSJMD-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- FFOJMD306-1,2, 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)							
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 odjelapotrebnih za izvođenje praktičnog dijela nastave, čije područje rada obuhvaća poslove vezane za odnose s javnošću, marketing, komunikacijski menadžment, lobiranje, korporativne komunikacije i sl. 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.							

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	/										
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.									

MODUL KOMUNIKACIJSKI MENADŽMENT

Studijski program	Odnosi s javnošću				
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni		
Smjer	/	Modul	Komunikacijski menadžment		
Godina studija	2.	Semestar	2.		
Naziv predmeta	ODNOSI S JAVNOŠĆU U ZDRAVSTVU	Kod predmeta	FFOJMD307		
ECTS	5	Status	izborni		
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa
		30	0	0	0
Nastavnici	dr. sc. Davorka Topić Stipić, izv. prof.	30	0	0	0
	Vladimir Vegar, asist.	0	0	15	0
Ciljevi predmeta	- 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.	FFOSJMD307-1	IU-FFOSJMD-2		
	Klasificira kompetencije, znanja i vještine djelatnika u odnosima s javnošću u zdravstvu.	FFOSJMD307-2	IU-FFOSJMD-2		
	Analizira etička načela u odnosima s javnošću u zdravstvu.	FFOSJMD307-3	IU-FFOSJMD-2		
	Uspoređuje metode i tehnike odnosa s javnošću u zdravstvu u odnosu na druga područja.	FFOSJMD307-4	IU-FFOSJMD-11		
	Primjenjuje tehnike odnosa s javnošću u pripremi javnozdravstvene kampanje.	FFOSJMD307-5	IU-FFOSJMD-2		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Turnus	Tema			
	1.	Koncept zdravlja i zdravstva			
	2.	Povijest odnosa s javnošću u zdravstvu			
	3.	Tehnike i instrumenti			
	4.	Etička načela			
	5.	Komunikacijski kanali			
	6.	Krizno komuniciranje u zdravstvu			
	7.	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	Max. 10%		
Završni projekt		IU-FFOSJMD-2, 11	105	4,5	Max. 90%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOSJMD-2, 11	105	4.5	Max. 90%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Studenti koji uspješno riješe projektni zadatak oslobođeni su završnog pismenog ispita. 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. Kolokvij (x2) se ocjenjuju 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. 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. 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.

[illegible]

Dodatne informacije o predmetu	/
--------------------------------	---

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu					
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni			
Smjer	/	Modul				
Godina studija	2.	Semestar	3.			
Naziv predmeta	AGENCIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU	Kod predmeta	FFOJMD308			
ECTS	5	Status	izborni B			
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	- Upoznati studente s načinom i mogućnostima te s trendovima i specifičnostima rada u agencijama za odnose s javnošću. - Osposobiti studente za samostalan rad u agencijama za osnose s javnošću, kao i s agencijama za odnose s javnošću, u ulozi klijenta. - Osposobiti studente za razumijevanje značaja uloge agencija za odnose s javnošću za postizanje organizacijskih ciljeva i izgradnju odnosa s ciljnim javnostima. - Osposobiti studente za klasifikaciju i praktičnu primjenu usluga koje agencije za odnose s javnošću nude svojim klijentima.					
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	Demonstrira osnovne kompetencije za rad u timovima karakterističnim za agencije odnosa s javnošću		IU-FFOSJMD-10		IU-FFOSJMD-10	
Preduvjeti za upis predmeta	/					
	Tjedan/turnus		Tema			
	1. tjedan		Uvod u agencije za odnose s javnošću.			
	2. tjedan		Povijest agencija za odnose s javnošću.			
	3. tjedan		Vrste agencija za strateško komuniciranje.			
	4. tjedan		Suradnja organizacija i agencija za odnose s javnošću.			
	5. tjedan		Prednosti i mane agencija za odnose s javnošću u odnosu na internim odjelima za odnose s javnošću.			
	6. tjedan		Znanja i kompetencije potrebne za djelatnike agencija za odnose s javnošću.			
	7. tjedan		Agencije za odnose s javnošću i komunikacijski trendovi.			
	8. tjedan		Kolokvij			

Sadržaj predmeta	9. tjedan	Digitalna transformacija društva i agencije odnosa s javnošću.						
	10. tjedan	Organizacijska struktura agencija za odnose s javnošću i upravljanje projektima.						
	11. tjedan	Uloga agencija za odnose s javnošću u kriznom komuniciranju klijenata.						
	12. tjedan	Komunikacijski menadžment u agencijama za odnose s javnošću.						
	13. tjedan	Optimizacija pretraživača - SEO						
	14. tjedan	Evaluacija i ocjenjivanje uspješnosti agencijskih projekata.						
	15. tjedan	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) - projektna nastava - vježbe							
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			40			1	20 %	
Praktični ispit			4			1	20 %	
Pismeni ispit			1			3	60 %	
Ukupno			45			5	100%	
Način izračuna konačne ocjene								
Studenti koji polože praktični/projektni zadatak oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili praktičnog/projektnog zadatka, pohađanje i aktivnost u nastavi.								
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.								
Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 38,5% ocjene od 67% do 78% = do 49% ocjene od 79% do 90% = do 59,5% ocjene od 91% do 100% = do 70% ocjene.								
Prema Pravilniku o studiranju Sveučilišta u Mostaru konačna se ocjena dobiva na sljedeći način:								

91 – 100% odličan (5)

Literatura (označiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik			Vrsta djela				
		vlastito	ost.	hrv.	eng.	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 Millenium, Zagreb, (odabrana poglavlja), 2012.		x	x				x			
	Skoko, B., <i>Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću</i> , MPR, Zagreb, 2006.		x	x				x			
Dodatne informacije o predmetu											

Studijski program	Odnosi s javnošću – online studij						
Ciklus	2. Diplomski	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer		Modul	Komunikacijski menadžment				
Godina studija	2	Semestar	3, zimski				
Naziv predmeta	Event menadžment	Kod predmeta	FFOJMD309				
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	0	15	0	
Nastavnici: dr.sc. Damir Vasilj, doc.			30	0	15	0	
Ciljevi predmeta	- 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-FFOJMD309-1		IU-FFOSJMD-8		
	Dizajnira i planira događaje koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja.		IU-FFOJMD309-2		IU-FFOSJMD-8		
	Prepoznaje i primjenjuje metode i tehnike upravljanja događaja.		IU-FFOJMD309-3		IU-FFOSJMD-8		
	Analizira i utvrđuje potrebe za marketingom i odnosima s javnošću događaj i organizaciju.		IU-FFOJMD309-4		IU-FFOSJMD-12		
Preduvjeti za upis predmeta	Nema ih.						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema					
	1. tjedan	Uvodno predavanje, upoznavanje studenata s kolegijem.					
	2. tjedan	Definicija događaja, određivanja uloge i značaja događaja, vrste i oblici događaja.					
	3. tjedan	Koncept i dizajn događaj.					
	4. tjedan	Izvedivost i planiranje događaja.					
	5. tjedan	Protokol događaja.					
	6. tjedan	Poštivanje zakonskih odredbi.					
	7. tjedan	Organiziranje događaja i logistika.					
	8. tjedan	Upravljanje ljudskim resursima događaja.					
	9. tjedan	Upravljanje rizicima događaja.					
	10. tjedan	Izvedba događaja.					
	11. tjedan	Vođenje događaja.					
	12. tjedan	Sigurnost i osiguranje događaja.					
	13. tjedan	Upravljanje masama i evakuacija.					
	14. tjedan	Nadzor, kontrola i evaluacija događaja.					
	15. tjedan	Sažetak predavanja i priprema za ispit.					

Jezik	Hrvatski jezik							
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 aktivnosti u nastavi		IU-FFOJMD309-1 IU-FFOJMD309-2 IU-FFOJMD309-3 IU-FFOJMD309-4		30	1		Max. 10%	
Praktični/projektni zadatak		IU-FFOJMD309-1 IU-FFOJMD309-2 IU-FFOJMD309-3 IU-FFOJMD309-4		60	2		Max. 30%	
Kolokviji ili završni pismeni ispit		IU-FFOJMD309-1 IU-FFOJMD309-2 IU-FFOJMD309-3 IU-FFOJMD309-4		60	2		Max. 60%	
Ukupno				150	5		100%	
Način izračuna konačne ocjene								
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.								
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.								
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.								
Kolokviji se ocjenjuju na sljedeći način: manje od 55% točnih odgovora = 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.								
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% 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 seminarski rad.

[illegible]

Studijski program	Odnosi s javnošću						
Ciklus	Diplomski studij	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer	/	Modul	Komunikacijski menadžment				
Godina studija	1.	Semestar	Zimski				
Naziv predmeta	Organizacijska kultura i komunikacija	Kod predmeta	FFOJMD310				
ECTS	5	Status	obvezni				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	0	15	0	
Nastavnici							
Prof. dr. sc. Zoran Tomić			30	0	0	0	
Vladimir Vegar, asist.			0	0	7	0	
Antonia Tomaš, predavač			0	0	8	0	
Ciljevi predmeta	Cilj je kolegija Organizacijska kultura upoznati studente s učinkom što ga pojedinci, grupe i strukture imaju na ponašanje unutar organizacija u svrhu primjenjivanja toga znanja za poboljšanje učinkovitosti organizacije. Sinteza teorijskih i praktičnih spoznaja o organizacijskoj kulturi.						

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.		FFOJMD310-1	IU-FFOSJMD-2			
	Konstruira sadržaj i obilježja individualnog ponašanja zaposlenika u organizaciji		FFOJMD310-2	IU-FFOSJMD-12			
	Prepoznaje najčešće karakteristike organizacijske kulture, ljudskih resursa i organizacijskih promjena.		FFOJMD310-3	IU-FFOSJMD-2			
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	1. Tjedan		Pojam organizacijske kulture i komunikacije.				
	2. Tjedan		Važnost komunikacije.				
	3. Tjedan		Vrste organizacijske kulture.				
	4. Tjedan		Elementi organizacijske kulture.				
	5. Tjedan		Tipologija organizacijske kulture.				
	6. Tjedan		Upravljanje organizacijskom kulturom.				
	7. Tjedan		Organizacijska kultura kao kontekst djelovanja.				
	8. Tjedan		Istraživanja organizacijske kulture.				
	9. Tjedan		Utjecaj informacijskih i komunikacijskih tehnologija na organizacijsku kulturu.				
	10. Tjedan		Metode i modeli u istraživanju organizacijske kulture.				
	11. Tjedan		Organizacijska kultura i djelotvornost organizacije.				
	12. Tjedan		Menadžment i organizacijska kultura.				
	13. Tjedan		Upravljanje organizacijskom kulturom.				
	14. Tjedan		Promjene u organizacijskoj kulturi.				
15. Tjedan		Sažetak predavanja i priprema za ispit.					
Jezik	Hrvatski jezik						
E-učenje	Mrežna stranica predmeta u sustavu za e-učenje koja sadrži alate za audio vizualno komuniciranje na daljinu, te alate za interaktivnu komunikaciju.						
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	20%		
Kolokviji ili završni pismeni ispit		FFOJM210-1-3	105	4	80%		
Ukupno			150	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Studenti koji polože kolokvije oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili kolokvija, pohađanje i aktivnost u nastavi.							

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.

Završni pismeni ispit se ocjenjuju na sljedeći način

manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene

od 55% do 66% = do 38,5% ocjene

od 67% do 78% = do 49% ocjene

od 79% do 90% = do 59,5% ocjene

od 91% do 100% = do 70% 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	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			

Studijski program	Odnosi s javnošću (na daljinu)						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	-	Modul	Komunikacijski menadžment				
Godina studija	2.	Semestar	3.				
Naziv predmeta	Odnosi s javnošću u kulturi	Kod predmeta	FFOJMD311				
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati nastave		Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
		30	0	15	0		
Ciljevi predmeta	- Postići kod studenta razumijevanje uloge i temeljnih funkcije odnosa s javnošću u kulturi - Proširiti znanje studenta o specifičnostima odnosa s javnošću u širokom spektru organizacija kulture i umjetnosti - Osposobiti studenta upravljanju modelima za zadobivanje povjerenja i kredibiliteta te dobivanje donacija i sponzorstava - Postići kod studenata razumijevanje pojmova visoka kultura i popularna kultura, proširiti im znanje o teoretskim i praktičnim različitostima popularne i masovne u odnosu na visoku kulturu - Osposobiti studenta za prakticiranja organizacije događanja i manifestacija u kulturnim i kreativnim industrijama - Osposobiti studente prakticiranju osnovnih umijeća organizacije informacija u svrhu praktične primijene pri organizaciji kulturnog/umjetničkog događaja koji će zadovoljiti očekivanja javnosti						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta	Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	Definira teorijske osnove modela te strukturu i ulogu odnosa s javnošću u kontekstu kulturnih i kreativnih industrija		IU- FFOJMD311 - 1	IU- FFOSJMD -2			
	Primijeniti znanje u kreiranju i upravljanju provedbom vlastitog originalnog kulturnog događaj koji će zadovoljiti očekivanja javnosti, koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja		IU- FFOJMD311 - 2	IU- FFOSJMD -8			
	Identificira, kreira i interpretira studije slučaja u odnosima s javnošću te inkorporira navedena znanja u praksu		IU- FFOJMD311 - 3	IU- FFOSJMD -11			
	Primijenjuje znanja o novim tehnologijama komunikacije u funkciji upravljanja i organizacije ureda odnosa s javnošću u kulturnim i kreativnim industrijama		IU- FFOJMD311 - 4	IU- FFOSJMD -12			
	Analizira, sintetizira i primijenjuje interpersonalne komunikacijske vještine sukladno ciljevima, različitim situacijama i vrstama javnosti organizacija u kulturi		IU- FFOJMD311 - 5	IU- FFOSJMD -16			
Preduvjeti za upis predmeta	-						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
			Uvod u kolegij Odnosi s javnošću u kulturi; visoka, suvremena, popularna kultura , specifičnost odnosa s javnošću kulturi				

		Dionici, tehnike i alati u odnosima s javnošću u kulturi					
		Odnosi s medijima u kulturi					
		Menadžment i marketing u kulturi					
		Prikupljanje sredstava (fundraising) za provedbu aktivnosti u kulturi					
		Organiziranje događanja (event management) u kulturnim i kreativnim industrijama					
		Odnosi s javnošću u nakladništvu, knjižarstvu i knjižničarstvu					
		Odnosi s javnošću u muzejima, galerijama, likovnoj umjetnosti					
		Odnosi s javnošću video i filmskoj industriji					
		Odnosi s javnošću u kazalištima, izvedbenoj i scenskoj umjetnosti					
		Sinteza i evaluacija kolegija i izlaganje seminarskih radova					
Jezik	Hrvatski						
E-učenje							
Metode poučavanja	verbalne metode, izlaganje, metoda demonstracije,						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze					Vrsta ispita		
<u>kolokvij</u>	<u>seminarski rad</u>	esej/referat	praktični/projektni zadatak	ostalo	<u>pisani</u>	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%	
Kolokviji / završni ispit		IU- FFOJB326 -1 IU- FFOJB326 -2 IU- FFOJB326 -3 IU- FFOJB326 -4 IU- FFOJB326 -5 IU- FFOJB326 -6	75	2.5		100%	
Ukupno			120	4		100%	
Način izračuna konačne ocjene							
Završni pisani ispit: manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% točnih odgovora = 55% ocjene od 67% do 78% točnih odgovora = 70% ocjene od 79% do 90% točnih odgovora = 85% ocjene od 91% do 100% točnih odgovora = 100% 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 samostane zadatke na temu u dogovoru s nastavnikom. Ostale obveze su iste kao za redovite studente. Samostalni zadatci nemaju udio u ocjeni.

[illegible]

Studijski program	Odnosi s javnošću – online studij						
Ciklus	2. diplomski	Vrsta	Sveučilišni				
Smjer		Modul	Komunikacijski menadžment				
Godina studija	2	Semestar	3 semestar, zimski				
Naziv predmeta	Društveno odgovorno poslovanje	Kod predmeta	FFOJMD312				
ECTS	5	Status	Izborni B				
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa	
			30	15	15	0	
Nastavnici : dr.sc. Damir Vasilj, doc.							
dr.sc. Nino Ćorić, izv.prof.							
Ciljevi predmeta	- 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-FFOJMD312-1	IU-FFOSJMD-8		
		Planira društveno odgovorne akcije koristeći se pri tome suvremenim metodama i alatima planiranja.			IU-FFOJMD312-2	IU-FFOSJMD-17		
		Postavlja pozitivne poslovne ciljeve te razmatra i analizira iste prema načelima društveno odgovornog poslovanja.			IU-FFOJMD312-3	IU-FFOSJMD-17		
		Analizira i utvrđuje potrebe za marketingom i odnosima s javnošću društveno odgovornog poslovanja.			IU-FFOJMD312-4	IU-FFOSJMD-17		
Preduvjeti za upis predmeta		Nema ih.						
Sadržaj predmeta		Tjedan/turnus		Tema				
		1. tjedan		Uvodno predavanje, upoznavanje studenata s kolegijem.				
		2. tjedan		Definicija društveno odgovornog poslovanja, određivanja uloge i značaja za organizaciju.				
		3. tjedan		Vrste i oblici DOPa.				
		4. tjedan		Moralna ispravnost poslovanja i društvena odgovornost tvrtke: odnos moralnosti i profitabilnosti.				
		5. tjedan		Moralna ispravnost poslovanja i društvena odgovornost tvrtke: odnos moralnosti i profitabilnosti.				
		6. tjedan		Poštivanje zakonskih odredbi i etika kao osnovna DOPa.				
		7. tjedan		Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša.				
		8. tjedan		Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša.				
		9. tjedan		Društveno odgovorno poslovanje: interna i eksterna dimenzija.				
		10. tjedan		Poslovni bonton.				
		11. tjedan		Društveno odgovorne akcije. Korporativno promoviranje društvenih ciljeva.				
		12. tjedan		Marketing tvrtke povezan s društvenim ciljevima.				
		13. tjedan		Korporativna filantropija. Društveno koristan rad.				
		14. tjedan		Društveno odgovorna poslovna praksa.				
		15. tjedan		Sažetak predavanja i priprema za ispit.				
Jezik		Hrvatski jezik						
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 aktivnosti u nastavi	IU-FFOJMD312-1 IU-FFOJMD312-2 IU-FFOJMD312-3 IU-FFOJMD312-4	30	1	Max. 10%
Praktični/projektni zadatak	IU-FFOJMD312-1 IU-FFOJMD312-2 IU-FFOJMD312-3 IU-FFOJMD312-4	30	1	Max. 30%
Kolokviji ili završni pismeni ispit	IU-FFOJMD312-1 IU-FFOJMD312-2 IU-FFOJMD312-3 IU-FFOJMD312-4	90	3	Max. 60%
Ukupno		150	5	100%

Način izračuna konačne ocjene

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.

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.

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.

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	Naslov	Izdanje	Jezik	Vrsta djela
------------	--------	---------	-------	-------------

(označiti)	(naziv, autor, godina)	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 – na daljinu							
Ciklus	2.	Vrsta	Sveučilišni					
Smjer	/	Modul	Komunikacijski menadžment					
Godina studija	2	Semestar	3					
Naziv predmeta	Video komunikacija	Kod predmeta	FFOJMD312					
ECTS	5	Status	Izborni					
Broj sati nastave			Predavanja	Vježbe	Seminari	Praksa		
			15	30	0	0		
Ciljevi predmeta	- Proširiti znanja studenata o pojmu „video komunikacije“ i načinima prezentacije sadržaja putem videa, potom sustavima produkcije video sadržaja s naglaskom na komunikacijske vještine s ciljem boljeg razumijevanja komunikacijskih procesa u video sadržajima. - Osposobiti studente za razlikovanje različitih vrsta komunikacije kroz video sadržaje, te izradu s diseminacijom vlastitih video sadržaja kako bi mogli na odgovarajući način izraditi i objaviti vlastite video uratke s planiranim komunikacijskim ciljevima, te na taj način izgraditi kvalitetniju komunikacijsku strategiju. - Kritički analizirati i pratiti komunikaciju i utjecaj komunikacije kroz video sadržaje.							
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja		Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa			
	Definira pojmove „video komunikacije“, „video prezentacije“ te opisuje praktičnu ulogu svega što pojmovi podrazumijevaju.		FFOJMD312-1		IU-FFOSJMD-1			
	Opisuje i objašnjava cjelokupan proces izrade video sadržaja i različitih specifičnosti koje se odnose na određenu vrstu komunikacijskih ciljeva i prezentacija.		FFOJMD312-2		IU-FFOSJMD-9			
	Izrađuje različite vrste video sadržaja prilagođenih određenoj vrsti komunikacijske strategije.		FFOJMD312-3		IU-FFOSJMD-12			

	Klasificira, analizira i objašnjava različite vrste komunikacije i prezentacije kroz video sadržaje i utvrđuje njihov utjecaj na publiku	FFOJMD312-4	IU-FFOSJMD-18		
Preduvjeti za upis predmeta	/				
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus	Tema			
	1. tjedan	Uvod: definiranje pojmova „video“, „komunikacija“, i „prezentacija“			
	2. tjedan	Komunikacija			
	3. tjedan	Internetska komunikacija			
	4. tjedan	Internetska komunikacija u praksi			
	5. tjedan	Video komunikacija			
	6. tjedan	Video komunikacija u praksi 1			
	7. tjedan	Video komunikacija u praksi 2			
	8. tjedan	Video komunikacija - teleprompter			
	9. tjedan	Video prezentacija			
	10. tjedan	Video prezentacija u praksi 1			
	11. tjedan	Video prezentacija u praksi 2			
	12. tjedan	Izrada video sadržaja 1			
	13. tjedan	Izrada video sadržaja 2			
	14. tjedan	Izrada video sadržaja 3			
15. tjedan	Izrada video sadržaja 4				
Jezik	Hrvatski jezik / Engleski jezik				
E-učenje	Mrežna stranica kolegija u sustavu za e-učenje				
Metode poučavanja	- 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		FFOJMD312-1 FFOJMD312-2 FFOJMD312-3 FFOJMD312-4	30	1	10%
Vježbe		FFOJMD312-1 FFOJMD312-2 FFOJMD312-3 FFOJMD312-4	60	2	20%
Predrok / završni usmeni ispit		FFOJMD312-1 FFOJMD312-2 FFOJMD312-3 FFOJMD312-4	60	2	70%
Ukupno			150	5	100
Način izračuna konačne ocjene					
Usmeni ispiti se ocjenjuju na sljedeći način:					

[illegible]

4. Semestar

MODUL STRATEŠKO KOMUNICIRANJE

Studijski program	Odnosi s javnošću-na daljinu						
Ciklus	2.	Vrsta	sveučilišni				
Smjer	/	Modul					
Godina studija	2.	Semestar	4.				
Naziv predmeta	BRENDIRANJE POSLODAVCA I ODNOSI S JAVNOŠĆU		Kod predmeta	FFOJMD411			
ECTS	5	Status	izborni B				
Broj sati Nastave			Predavanja	Vježbe	Seminar i	Praks a	
			30	15	0	0	
Nastavnici	dr. sc. Ilarija Bašić, doc.		30	15	0	0	
Ciljevi predmeta	- Upoznati studente s načinom, mogućnostima i specifičnostima brendiranja poslodavca u korelaciji s odnosima s javnošću. - Osposobiti studente za samostalan rad na osnovama brendiranja poslodavca u korelaciji s odnosima s javnošću. - Osposobiti studente za razumijevanje značaja uloge odnosa s javnošću u brendiranju poslodavca za postizanje organizacijskih ciljeva, poželjnost poslodavca, privlačenje talenata, zadržavanje zaposlenih i izgradnju odnosa s ciljnim javnostima.						
Ishodi učenja predmeta	Ishod učenja			Kod ishoda učenja predmeta		Kod ishoda učenja na razini studijskoga programa	
	Primijeniti znanja o brendiranja poslodavca kroz prizmu odnosa s javnošću u svim vrstama profitnih i neprofitnih organizacija.			FFOJMD411-1		IU-FFOSJMD-15	
Preduvjeti za upis predmeta	/						
Sadržaj predmeta	Tjedan/turnus		Tema				
	1. tjedan		Uvod u brendiranje poslodavca u korelaciji s odnosima s javnošću.				
	2. tjedan		Povijest i pojmovno određenje brendiranja poslodavca.				
	3. tjedan		Koraci brendiranja poslodavca.				
	4. tjedan		Uloga brendiranja poslodavca i odnosa s javnošću u privlačenju novih uposlenika.				
	5. tjedan		Brendiranje poslodavca i oganizacijska odanost kroz prizmu odnosa s javnošću.				
	6. tjedan		Dimenzije atraktivnosti brendiranja poslodavca i odnosi s javnošću.				
	7. tjedan		Strateška uloga atraktivnosti u brendiranju poslodavca i odnosima s javnošću.				
	8. tjedan		Kolokvij				

	9. tjedan	Uloga interne i eksterne komunikacije u brendiranju poslodavca.					
	10. tjedan	Brendiranje poslodavca i organizacijsko komuniciranje na društvenim mrežama.					
	11. tjedan	Brendiranje poslodavca u korelaciji s održivim i društveno odgovornim poslovanjem kroz prizmu odnosa s javnošću.					
	12. tjedan	Digitalna transformacija društva i brendiranje poslodavca.					
	13. tjedan	Brendiranje poslodavca u Bosni i Hercegovini i širom svijeta.					
	14. tjedan	Evaluacija i ocjenjivanje uspješnosti brendiranja poslodavca.					
	15. tjedan	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) - projektna nastava - vježbe						
Oblici provjere znanja (označiti)							
Vrsta predispitne obveze						Vrsta ispita	
kol okv ij	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		FFOJMD411	40	1	20 %		
Praktični ispit		FFOJMD411	4	1	20 %		
Pismeni ispit		FFOJMD411	1	3	60 %		
Ukupno			45	5	100%		
Način izračuna konačne ocjene							
Studenti koji polože praktični/projektni zadatak oslobođeni su završnog pismenog ispita. U konačnu ocjenu ulaze rezultati završnog pismenog ispita ili praktičnog/projektnog zadatka, pohađanje i aktivnost u nastavi.							
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.							
Završni pismeni ispit se ocjenjuje na sljedeći način manje od 55% točnih odgovora = 0% ocjene od 55% do 66% = do 38,5% ocjene od 67% do 78% = do 49% ocjene							

od 79% do 90% = do 59,5% ocjene
od 91% do 100% = do 70% 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 (ozn ačiti)	Naslov (naziv, autor, godina)	Izdanje		Jezik				Vrsta djela			
		vlas tito	ost.	hrv.	en g.	ost .	više j ez.	knjiga	članak	sk ri pt a	o s t .
Obve zna	Barrow, S., Mosley R. (2005), The Employer Brand: Bring the Best of Brand Management to People at Work. UK: John Wiley and Sons.		x		x			x			
	Tomić, Z., Odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, (odabrana poglavlja), 2008.		x	x				x			
	Minchington, B. (2021), Employer Brand Excellence-A Case Study Approach" Volume V		x		x			x			
	Ellis, J. (2020), Talent Chooses You: Hire Better With Employer Branding		x		x			x			
Dop unsk a	Michaels, E., Handfield-Jones, H., Axelrod, B. (2001), The War for Talent. Boston: Harvard Business School Press.		x		x			x			
	Ćorić, N. (2019), Korporativna komunikacija. Zagreb – Sarajevo - Mostar: Synopsis.		x	x				x			
	Ambler, T., Barrow, S. (1996), The employer brand. Journal of Brand Management, 4 (3), 185-206, < https://www.researchgate.net/p		x	x					x		

ublication/263326597_The_empl oyer_brand>.										
Dodatne informacije o predmetu										