**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU**

**AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU**



**ELABORAT O STUDIJSKOM PROGRAMU**

**POSLIJEDIPLOMSKOG SPECIJALISTIČKOG STUDIJA ODNOSI S JAVNOŠĆU I KOMUNIKOLOGIJA**

Osijek, rujan 2022.

Sadržaj

[1. Uvod 3](#_Toc138170584)

[1.1. Opće informacije o visokom učilištu i predloženom studijskom programom 3](#_Toc138170585)

[3. Općenito o studijskom programu 4](#_Toc138170586)

[3.1. Naziv studija 4](#_Toc138170587)

[3.2. Nositelj / izvođač studija 4](#_Toc138170588)

[3.3. Tip studijskog programa 4](#_Toc138170589)

[3.4. Razina 4](#_Toc138170590)

[3.5. Znanstveno ili umjetničko područje 4](#_Toc138170591)

[3.6. Znanstveno ili umjetničko polje 4](#_Toc138170592)

[3.7. Znanstvena ili umjetnička grana 4](#_Toc138170593)

[3.8. Uvjeti upisa na studij 4](#_Toc138170594)

[3.9. Trajanje studija 6](#_Toc138170595)

[3.10. Ukupan broj ECTS bodova 6](#_Toc138170596)

[3.11. Akademski naziv koji se stječe završetkom studija 6](#_Toc138170597)

[4. Opis studijskog programa 6](#_Toc138170598)

[4.1. Popis obveznih i izbornih predmeta s brojem sati nastave i brojem ECTS 7](#_Toc138170599)

[Bodova 7](#_Toc138170600)

[4.2. Struktura studija, ritam studiranja te uvjeti i način završetka studija 10](#_Toc138170601)

[4.3. Popis predmeta koje student može izabrati s drugih studijskih programa 11](#_Toc138170602)

[4.5. Način završetka studija 12](#_Toc138170603)

## Uvod

## Opće informacije o visokom učilištu i predloženom studijskom programom

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv visokog učilišta: | AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKUOIB 60277424315 |
| Adresa: | Ulica P. Svačića 1f31000 Osijek |
| Telefon: | 031 253 333 |
| Telefaks:  | 031 253 353 |
| E-pošta: | aukos@aukos.hr |
| Mrežna stranica: | www.uaos.unios.hr |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv studijskog programa | Poslijediplomski specijalistički studij Odnosi s javnošću i komunikologija |
| Nositelj studijskoga programa | Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u OsijekuAkademija za umjetnost i kulturu u Osijeku |
| Vrsta studijskoga programa | Sveučilišni studijski program |
| Razina studijskoga programa | HKO razina 7.2. (EQF razina 7.) |
| Znanstveno područje i znanstveno polje | Društvene znanostiInformacijske i komunikacijske znanosti |
| Broj ECTS-a | 90 ECTS |
| Trajanje studija u godinama | 3 semestra (1,5. godina) |
| Mjesto izvođenja studija | U sjedištu sastavnice |
| Akademski naziv koji se stječe po završetku studija | Sveučilišni/a specijalist/specijalistica odnosa s javnošću i komunikologijeuniv. spec. rel. publ. et comm.  |

# 3. Općenito o studijskom programu

## Naziv studija

Poslijediplomski specijalistički studij Odnosi s javnošću i komunikologija

## Nositelj / izvođač studija

Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

## Tip studijskog programa

Sveučilišni

## Razina

HKO razina 7.2. (EQF razina 7.), poslijediplomski specijalistički studij

## 3.5. Znanstveno ili umjetničko područje

5. Društvene znanosti

## 3.6. Znanstveno ili umjetničko polje

5.04. Informacijske i komunikacijske znanosti

## 3.7. Znanstvena ili umjetnička grana

5.04.04 komunikologija

5.04.05 odnosi s javnošću

## 3.8. Uvjeti upisa na studij

Uvjeti upisa pristupnika na poslijediplomski sveučilišni specijalistički studij su:

● završen diplomski sveučilišni studij iz područja društvenih i humanističkih znanosti s najmanje 120 ECTS bodova i stečeni akademski naziv magistar/magistra

● završen studij iz područja društvenih i humanističkih znanosti prije uvođenja Bolonjskoga sustava 2005. godine;

● Studij mogu upisati i pristupnici koji su završili diplomski ili raniji dodiplomski studij (uz pribavljenu potvrdu ili diplomu o izjednačavanju naslova u skladu s važećim propisima) iz drugih područja znanosti i umjetnosti ukoliko željom za razvojem karijere, profesionalnim radom ili znanstvenim interesima uspješno pokažu opravdanost upisa na predmetni poslijediplomski specijalistički studij. U potonjem slučaju pristupnici pored općih uvjeta moraju ispuniti i dodatni uvjet polaganja razlikovnog ispita. Odluku o razlikovnom ispitu donosi Stručno povjerenstvo za određivanje razlikovnih ispita Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku za svakog kandidata individualno obzirom na specifičnost prijavne dokumentacije.

● U slučaju akademskog priznavanja inozemnih visokoškolskih kvalifikacija i razdoblja studija provedenog u inozemstvu, odnosno ECTS bodova, u svrhu upisa poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosi s javnošću i komunikologija, postupak se pokreće na zahtjev kandidata i vodi na temelju isprava, drugih dokaza i podataka o kvalifikaciji čije se priznavanje traži. Navedeni postupak vodi Ured za kvalitetu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

● Kriteriji za upis studija definirani studijskim programom redovno se objavljuju u javnom Natječaju za upis polaznika i polaznica poslijediplomskog specijalističkog studija.

● Broj upisnih mjesta (upisna kvota) na predmetnom poslijediplomskom sveučilišnom specijalističkom studiju određuje se prema istraživačkim, nastavničkim i mentorskim kapacitetima nositelja studija i precizira u Natječaju za upis pristupnika na poslijediplomski sveučilišni specijalistički studij. Kriterije za odabir polaznika utvrđuje Vijeće Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, a na temelju istraživačkih i znanstvenih kapaciteta poslijediplomskog specijalističkog studija i njegova programa, ravnajući se kriterijima izvrsnosti i primarno definiranom željom kandidata.

● Odabir pristupnika provodi se na temelju prethodno raspisanog Natječaja za upis pristupnika na poslijediplomski sveučilišni specijalistički studij, odnosno provedbe I. i II. razine odabira pristupnika Natječaja.

* I. razina odabira je provjera zadovoljavanja općih uvjeta i kriterija upisa na studij i pregled natječajne dokumentacije
* II. razina odabira pristupnika Natječaja obuhvaća usmeni razgovor (intervju) pred Povjerenstvom za provedbu Natječaja u kojem pristupnici trebaju navesti razloge i motive odabira studija, vještine, znanja i (profesionalne) interese koje ocjenjuju važnima za uspješan završetak studija u okviru poslijediplomskog specijalističkog studija i realizaciju daljnje karijere.
* Prilikom utvrđivanja kriterija Natječaja, raspisivanja Natječaja i odabira pristupnika na I. i II. razini provedbe Natječaja, primjenjuju se relevantna pravila i autonomni propisi Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, načela etičnosti i nediskriminacije. Pristupnicima Natječaja omogućeno je na objavljene rezultate o provedbi Natječaja uputiti prigovor Vijeću Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku.

## 3.9. Trajanje studija

Studij traje 3 semestra

## 3.10. Ukupan broj ECTS bodova

Završetkom studija stječe se 90 ECTS bodova

## 3.11. Akademski naziv koji se stječe završetkom studija

Sveučilišni/a specijalist/specijalistica odnosa s javnošću i komunikologije

univ. spec. rel. publ. et comm.

# 4. Opis studijskog programa

Poslijediplomski specijalistički studij Odnosi s javnošću i komunikologija nudi kritičku analizu znanstvene teorije i napredno razumijevanje prakse i problematike upravljanja odnosima s javnošću i komunikacijom u javnim institucijama u kulturi i području kreativnih industrija, tvrtkama u gospodarstvu kao i organizacijama u javnom i civilnom sektoru. Novoj generaciji izvršitelja (menadžera i suradnika u odnosima s javnošću i korporativnim komunikacijama) ne samo u kulturi i kreativnim industrijama, nego sveukupnom javnom, privatnom i civilnom sektoru, neophodna je sve veća razina komunikacijskih, menadžerskih i strateških znanja kako bi bili pripremljeni na donošenje složenih odluka i uspješno provođenje planiranih projekata u dinamičnom okruženju medija, kulturnih i kreativnih institucija i organizacija, ekonomije i društva kako u nacionalnom tako i u međunarodnom okruženju. Ovaj studij polaznicima osigurava novu razinu specifičnih znanja i vještina koja će im unaprijediti nastup na tržištu i održivu karijeru, a koja su potrebna u tržišnom okruženju novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija i digitalnoga društva.

Imajući u vidu novomedijsko okruženje u kojem danas djeluju sve organizacije, skupine i pojedinci, pa tako i mediji, agencije za odnose s javnošću, medijski i stručnjaci u odnosima s javnošću poseban naglasak u studijskom programu stavljen je na nove izazove koje nosi digitalna revolucija. U tom smislu studij obuhvaća menadžment sadržaja u odnosima s javnošću, oglašavanju, novinarstvu i produkciji i konzumaciji sadržaja na društvenim mrežama, mrežnim medijima kao i u tradicionalnim medijima. Odnosi s javnošću zasnivaju se na održavanju stalnih real-time komunikacijskih kanala s javnošću na društvenim mrežama i portalima što sve više preuzima primat u odnosu na održavanje odnosa s različitim javnostima korištenjem tradicionalnih kanala komunikacije (TV, radio, tisak). Na taj način održava se ne samo stalni protok informacija prema korisnicima, nego i povratne informacije putem kojih se – ponovno u realnom vremenu modificiraju poruke prema korisnicima. Slično se strukturiraju i oglašavačke aktivnosti, gdje oglašena vrijednost postaje dio već postojeće konverzacije o relevantnim temama na društvenoj platformi. Zadaća menadžmenta komunikacijskog sadržaja u ovom segmentu svodi se na prepoznavanje i dopunjavanje relevantnih naracija unutar kojih se uklapaju oglašene vrijednosti. U medijskom okruženju zadaća digitalnog menadžmenta je prezentacija vijesti i komentara s ciljem poticanja korisnika na daljnju interakciju. Uloga medijskog stručnjaka u tom kontekstu svodi se na moderatora interakcije među korisnicima informacije za što je nužno široko komunikacijsko i informacijsko obrazovanje. Danas svaka tvrtka i organizacija, kako iz privatnog tako i iz javnog sektora polaže puno pozornosti na vlastite odnose s javnošću, a studenti koji završe ovaj studij bave se organizacijskim komuniciranjem i odnosima s javnošću u svim aspektima komuniciranja u društvu s posebnim naglaskom na upravljanje komunikacijskim procesima i strategijama.

U okviru studijskog programa koristit će se suvremene nastavne metode poput interaktivne, problemski usmjerene i motivirajuće nastave u malim studijskim grupama, shadow-learning – rješavanje problemskih zadataka uz mentorstvo nastavnog osoblja i stručnjaka iz relevantnog područja i sl. Osim nastave u kojoj će se obrađivati i teorijski i praktični aspekti pojedinih predmeta, u okviru vježbi predviđeno je obrađivanje slučajeva i uz pomoć stručnjaka iz prakse, dok je u okviru seminarske nastave predviđeno da se teorijski koncepti obrađuju kroz njihovu primjenu u praksi. Studijski program sadržajno je i metodološki suvremeno koncipiran te će studenti na primjeren i učinkovit način stjecati suvremena multidisciplinarna i multifunkcionalna poslovna znanja i umijeća. Imajući u vidu da niti jedna poslovna aktivnost u bliskoj budućnosti neće biti moguća ne integrira li u sebe i komunikacijsku i digitalnu komponentu, a uzimajući u obzir da predmetni poslijediplomski specijalistički studij otvara mogućnost za pristupnike koji su već zaposleni, a koji u svojoj matičnoj instituciji/ustanovi/poduzeću imaju potrebu za dodatnim kvalifikacijama, odnosno znanjima i vještinama, kako bi udovoljili potrebi svoje institucije, bilo na razini poboljšanja „interne komunikacije“ (komunikacije za zaposlenicima), bilo na području njene komunikacije s vanjskim ciljanim javnostima (dobavljači, investitori, financijska javnost, mediji, itd.), pristupnicima će biti omogućeno da dio nastave pohađaju *online* odnosno kroz obrazovanje na daljinu kao vrstu izvođenja nastave uz predavanja, seminare, istraživanja, projekte itd.

## 4.1. Popis obveznih i izbornih predmeta s brojem sati nastave i brojem ECTS

##  Bodova

##

Potreban broj ECTS bodova tijekom studija iznosi 90 (prosječno 30 ECTS bodova po semestru, uz dopušteno odstupanje od +/- 4 boda; dodatno stečeni bodovi upisuju se u dodatak diplomi).

STRUKTURA POSLIJEDIPLOMSKOG SPECIJALISTIČKOG STUDIJA ODNOSI S JAVNOŠĆU I KOMUNIKOLOGIJA

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV PREDMETA | BROJ SATI (P+V+S) | STATUS | ECTS | NOSITELJ/I KOLEGIJA |
| 1. semestar |  |  |  |  |
| Menadžment u odnosima s javnošću (OJKO1) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Jezik javne komunikacije (OJKO2) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Digitalni mediji i *online* komunikacija (OJKO3) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Izborni kolegij 1 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 2 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 3 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Ukupno | 150P + 75S |  | 30 |  |
| 2. semestar |  |  |  |  |
| Upravljanje poslovnom komunikacijom (OJKO 4) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Medijska etika u digitalnom društvu (OJKO5) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Interkulturalnost u odnosima s javnošću (OJKO6) | 45 (30P+15S) | O | 6 |  |
| Izborni kolegij 1 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 2 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 3 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Ukupno | 150P + 75S |  | 30 |   |
| 3. semestar |   |   |   |   |
| Izborni kolegij 1 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 2 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 3 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izborni kolegij 4 | 30 (20P+10S) | I | 4 |  |
| Izrada završnog specijalističkog rada |  | O | 14 | Mentorski rad |
| Ukupno |  80P + 40S |  | 30 |   |
| **UKUPNO STUDIJI** | **380P + 190S** |  | **90** |   |

POPIS IZBORNIH KOLEGIJA POSLIJEDIPLOMSKOG SPECIJALISTIČKOG STUDIJA ODNOSI S JAVNOŠĆU I KOMUNIKOLOGIJA

Sadržaj i ponuda izbornih kolegija mogu biti dodatno prilagođeni raspoloživosti nastavnika kao i potrebama kvalitetnijeg izvođenja ukupnog nastavnog programa u određenoj akademskoj godini.

Izborni kolegiji sadržani u ovom Studijskom programu uvrštavaju se prema raspoloživosti nastavnika i potrebama nastave u izvedbene planove nastave.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Izborni kolegiji |
| Šifra | Naziv kolegija | Nositelj | ECTS | Satnica (P+V+S) |
| OJKI1 | Tehnike persuazije u odnosima s javnošću |  | 4 | 30 |
| OJKI2 | Publicistika – priprema i pisanje za medije |  | 4 | 30 |
| OJKI3 | Komunikacija društveno odgovornog poslovanja |  | 4 | 30 |
| OJKI4 | Brendiranje grada kroz kulturu i umjetnost |  | 4 | 30 |
| OJKI5 | Tehnologija, mediji, identitet |  | 4 | 30 |
| OJKI6 | Pragmalingvistika |  | 4 | 30 |
| OJKI7 | Korporativni identitet, imidž i brendiranje |  | 4 | 30 |
| OJKI8 | Oblikovanje novomedijskih formi |  | 4 | 30 |
| OJKI9 | Primjena kriznog menadžmenta u odnosima s javnošću |  | 4 | 30 |
| OJKI10 | Upravljanje sadržajem društvenih mreža |  | 4 | 30 |
| OJKI11 | Književnost na blogu i društvenim mrežama |  | 4 | 30 |
| OJKI12 | Planiranje i upravljanje medijskim kampanjama |  | 4 | 30 |
| OJKI13 | Procesnopravna zaštita autorskih prava  |  | 4 | 30 |
| OJKI14 | Komunikacija i medijski kanali u nakladničkoj djelatnosti |  | 4 | 30 |
| OJKI15 | Komunikacijske vještine i javni nastup |  | 4 | 30 |
| OJKI16 | Organizacija javnih događanja |  | 4 | 30 |
| OJKI17 | Uloga kazališta u formiranju javnog mišljenja |  | 4 | 30 |
| OJKI18 | Retorika |  | 4 | 30 |
| OJKI19 | Interno komuniciranje |  | 4 | 30 |
| OJKI20 | Psihologija komunikacije |  | 4 | 30 |
| OJKI21 | Interpersonalna komunikacija |  | 4 | 30 |
| OJKI22 | Etika u odnosima s javnosti |  | 4 | 30 |
| OJKI23 | Integrirana marketinška komunikacija |  | 4 | 30 |

## 4.2. Struktura studija, ritam studiranja te uvjeti i način završetka studija

Ciklus obrazovanja Poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosi s javnošću i komunikologija traje tri (3) semestra, tijekom kojega studenti stječu 90 ECTS bodova. ECTS bodovi prikazuju procijenjeno opterećenje studenata po semestru, kojim se u određenom smislu iskazuje vrijeme koje polaznik treba utrošiti za uspješno svladavanje gradiva. U navedeno uključeno je vrijeme provedeno na predavanjima, seminarima i vježbama kao i vrijeme utrošeno za studiranje gradiva, tj. na samostalno učenje, na ispitivanje i na druge provjere znanja. Koeficijenti opterećenja postaju zasluženi bodovi tek nakon položenog ispita, odnosno zahtjeva ispunjenih u skladu s nastavnim planom i programom, a kojima polaznik poslijediplomskog studija dokazuje da ima uvjete pristupa upisu u sljedeći semestar, odnosno da u konačnici pristupi izradi završnog rada. **ECTS**bodovi za svaki pojedini kolegij su unaprijed određeni i proizlaze iz satnice pojedinog kolegija, njegovog značenja i složenosti, te potrebnih obveza koje je potrebno ispuniti kako bi se pojedini kolegij položio. Načelno, polaganje pojedinog ispita ovisi o prikazanim individualnim i skupnim aktivnostima na nastavi, pojedinačno i timski izrađenim zadacima i projektima, riješenim testovima, te ostalim oblicima provjeravanja znanja, seminarskim i pristupnim radovima, kritičkim prikazima, kao i završnom usmenom i/ili pismenom ispitu.

Studijski program sadržajno je strukturiran kroz slijedeće vrste kolegija:

• obavezne predmete;

• izborne predmete;

Nastava se izvodi u obliku predavanja, vježbi, seminara i konzultacija. U okviru predavanja naglasak je na teorijskim znanjima koja se realiziraju i u obveznim i u izbornim kolegijima kroz polaganje ispita, dok se kroz vježbe i seminare daje naglasak na specifične kompetencije i praktična znanja koje će studenti (uz mentoriranje) primijeniti na svom radnom mjestu ili u suradnoj organizaciji u okviru projektnih zadataka. U okviru vježbi studenti će obrađivati studije slučaja i primjere dobre i loše prakse kroz projektne zadatke uz pomoć mentora i stručnjaka iz prakse dok će se u okviru seminarske nastave obrađivati teorijski koncepti te njihova primjena u praksi. Također, obzirom na to da specijalistički studij pretpostavlja i studentski angažman u znanstveno-istraživačkim aktivnostima one će biti prisutne tijekom cijelog studija u okviru seminarske nastave. Tako će istraživački i znanstveni aspekt rada biti obuhvaćen istraživanjem literature, pisanjem radova kojima je svrha poticanje meta-kompetentnosti polaznika i naposljetku, samostalnom izradom specijalističkog rada. U odnosu na razine znanja i kompetencije, obvezni kolegiji odgovaraju prvoj razini znanja i općim/temeljnim kompetencijama, dok izborni kolegiji drugoj razini znanja i specifičnim kompetencijama, a znanstveno-istraživačka aktivnost pripada također drugoj razini znanja, uz generičke kompetencije na meta-razini.

Obrazovanje u ovom studijskom programu organizirano je u tri semestra s ukupnim opterećenjem od 90 ECTS bodova, a sa sljedećom distribucijom:

* u 1. semestru student ima opterećenje od 30 ECTS bodova (tri obvezna kolegija sa 6 ECTS bodova i tri izborna kolegija po 4 ECTS boda);
* u 2. semestru student također ima opterećenje od 30 ECTS bodova (tri obvezna kolegija sa 6 ECTS bodova i tri izborna kolegija po 4 ECTS boda);
* u 3. semestru student ima opterećenje od 30 ECTS bodova (četiri izborna kolegija sa 4 ECTS boda te priprema uz mentoriranje specijalističkog završnog rada koji nosi 14 ECTS bodova).

Student tijekom studija upisuje 6 obveznih kolegija, u vrijednosti od 36 ECTS bodova, u okviru kojih će se upoznati s teorijskim modelima i znanstvenim spoznajama odnosa s javnošću i komunikologije a koji uključuju područja menadžmenta u odnosima s javnošću, upravljanja poslovnom komunikacijom, etičnosti i jezika javne komunikacije, koncepta interkulturalnosti u odnosima s javnošću kao i sveprisutne i brzorastućeg područja online komunikacije i digitalnih medija.

Studentima je tijekom tri semestra studija ponuđena paleta izbornih kolegija od kojih, za stjecanje potrebnih 40 ECTS, studenti biraju minimalno 3 kolegija u prva dva semestra te minimalno četiri izborna kolegija u trećem semestru. Izborni kolegiji će omogućiti individualizaciju studija jer će svaki student moći odabrati kolegij u odnosu na vlastite afinitete. Izborni kolegiji se odnose na pojedina problemska područja i sektore poput korporativnog komuniciranja, internih komunikacija, krizne komunikacije, marketinške komunikacije te društveno odgovornog poslovanja, odnosa s javnošću u specifičnim područjima poput kulture i umjetnosti, javne diplomacije i sl. ali onih koji su usmjereni na praktična znanja poput javnog nastupa, pisanja za medije, tehnika persuazije, upravljanje sadržajem društvenih mreža i sl.

Uz izborne kolegije u trećem semestru, student pristupa pokretanju postupka prijave teme specijalističkog rada u dogovoru s mentorom te nakon odobrenja iste pristupa izradi samostalnog specijalističkog rada.

## 4.3. Popis predmeta koje student može izabrati s drugih studijskih programa

Studenti Poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosi s javnošću i komunikologija mogu odabrati zajedničke izborne predmete koji se nude na bilo kojoj sastavnici Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku na poslijediplomskoj razini i koji su određeni izvedbenim planom nastave u pojedinoj akademskoj godini, a u dogovoru s voditeljem studija.

Svaki tako položeni ispit boduje se onim brojem ECTS bodova koliko predmet nosi na matičnom fakultetu i pripisuje bodovnoj vrijednosti ostalih predmeta studija. Student je, međutim, dužan upisati i položiti sve obvezne predmete Poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosi s javnošću I komunikologija iako zbroj ECTS bodova u tom slučaju može biti i veći od 30 ECTS bodova po semestru. Kriteriji i uvjeti prijenosa ECTS bodova propisuju se općim aktom Sveučilišta, odnosno ugovorima među sastavnicama Sveučilišta.

## 4.5. Način završetka studija

Na Poslijediplomskom specijalističkom studiju Odnosi s javnošću i komunikologija student tijekom tri semestra mora steći ukupno 90 ECTS bodova, kombinirajući različite oblike pohađanja nastave i druge aktivnosti predviđene programom. Na prvoj se godini svakom studentu dogovorno imenuje mentor koji ga prati tijekom studija. Mentor može biti jedan od sveučilišnih nastavnika koji sudjeluju u izvođenju redovnih i/ili izbornih kolegija na Poslijediplomskom specijalističkom studiju odnosa s javnošću i komunikologije. Zadatak mentora je praćenje i usmjeravanje akademskog napretka studenta kroz pomoć u odabiru izbornih kolegija i drugih sadržaja specijalističkog studija. Mentor studija može, a ne mora biti i mentor za izradu specijalističkog rada.

Sukladno Pravilniku o poslijediplomskim studijima na Sveučilištu J.J. Strossmayera u Osijeku, poslijediplomski specijalistički studij završava javnom obranom specijalističkog rada kojoj student može pristupiti nakon što je ispunio sve studentske obaveze i položio sve ispite (stekao minimalno 76 ECTS).

ZAVRŠNI SPECIJALISTIČKI RAD

U završnom specijalističkom radu Poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosi s javnošću i komunikologija student treba pokazati visokostručno znanje koje će se očitovati u samostalnom odabiru i integraciji relevantnih informacija o temi specijalističkog rada, organiziranju informacija na koherentan način, poštujući akademski format definiran Pravilnikom o poslijediplomskim studijima Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku te sposobnosti pismenog izražavanja koje odgovara standardima znanstvenih i stručnih časopisa. Specijalistički rad svojim sadržajem i stilom treba odgovarati kriterijima relevantnih časopisa iz odabranog područja informacijskih i komunikacijskih znanosti. Namjera je potaknuti studente na objavljivanje svojih radova u stručnim i znanstvenim časopisima.

Specijalistički rad može opisivati:

(i) empirijsko istraživanje iz bilo kojeg područja odnosa s javnošću, komunikologije, masovnih medija;

(ii) teorijski prikaz izabranog područja;

(iii) studija slučaja koja se može temeljiti na provedenom istraživanju.

Izbor problema koji će biti obrađen u specijalističkom radu će odrediti i formu rada. Specijalistički rad treba obrađivati probleme koji su:

(i) relevantni (teorijski i/ili praktični značaj);

(ii) precizni (specifični);

(iii) nedovoljno istraženi i/ili s proturječnim nalazima;

(iv) provjerljivi (kada se radi o empirijskim radovima).

Opseg pisanog dijela završnog specijalističkog rada je od 30 do 60 stranica teksta, a rad mora biti prezentiran i u obliku javne prezentacije. U toj završnoj prezentaciji koja je ujedno i usmena obrana pisanog rada, od studenta se očekuje sposobnost višedimenzionalnog, kreativnog i koherentnog prikaza teme koja uključuje analitičnost, kritičku reflektivnost, autentičnost te sintezu teorijsko-praktično-iskustvene razine znanja i vještina u obrani teme.

Postupak prijave teme, rada, odabira mentora te process ocjenjivanja rada definiran je Pravilnikom o poslijediplomskim studijima Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. Ocjena završnog rada upisuje se u indeks i vrednuje se s ukupnom vrijednosti ECTS bodova koliko je definirano u shemi studija pojedinog smjera.

Ishodi učenja na razini studijskog programa

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ishod učenja studijskog programa** | **00405** | **00406** | **0407** | **00408** | **00409** | **00410** | **00411** | **00412** | **00413** | **00414** | **00415** | **00416**  |
| **Predmeti (obavezni)** |
| Menadžment u odnosima s javnošću | X | X | X |  | X |  |  | X |  |  | X |  |
| Jezik javne komunikacije |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  |
| Digitalni mediji i *online* komunikacija |  |  | X |  |  |  |  |  |  | X |  | X |
| Upravljanje poslovnom komunikacijom | X |  |  | X |  |  |  |  |  |  | X |  |
| Etika i javno komuniciranje |  |  |  | X | X |  |  |  | X |  |  |  |
| Interkulturalnost u odnosima s javnošću |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  | X |  |
| Završni specijalistički rad |  | X | X |  |  |  | X | X |  | X |  |  |

**Legenda:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Labela IU** | **Opis ishoda učenja** |
| 00405 | Upravljati, uz mogućnost vođenja, komunikacijskim procesima različitih organizacija (profitni i neprofitni sektor, javne institucije) u međunarodnom i multikulturnom kontekstu. |
| 00406 | Kreirati, na menadžerskoj razini, sveobuhvatan plan odnosa s javnošću s ciljem izgradnje i održavanja odnosa između organizacija i njihove javnosti u nepredvidim okolnostima. |
| 00407 | Samostalno razviti različite kampanje odnosa s javnošću primjenjujući nove digitalne platforme. |
| 00408 | Održavati različite vrste profesionalnih odnosa za upravljanje informacijama u skladu s profesionalnim i etičkim načelima. |
| 00409 | Provesti taktike evaluacije kampanja u kontekstu tekućih promjena, kao i upravljanja problemima, imidžom i reputacijom za organizacije svih veličina i djelatnosti. |
| 00410 | Kritički vrjednovati standardnojezične norme u pisanoj i govornoj komunikaciji s interkulturalnim dionicima. |
| 00411 | Provesti inovativna istraživanja iz područja odnosa s javnošću i komunikologije uz primjenu složenih i odgovarajućih metoda u multidisciplinarnim timovima. |
| 00412 | Samostalno konstruirati plan provedbe odnosa s javnošću u različitim područjima, nepredvidivim situacijama sukladno načelima struke te uvažavajući timsku, osobnu, organizacijsku i društvenu odgovornost. |
| 00413 | Kritički analizirati negativne aspekte javne komunikacije u raznovrsnim odnosima imajući u vidu komunikacijske zahtjeve, društvenu uvjetovanost, interaktivnost okruženja i etičke standarde javnog komuniciranja. |
| 00414 | Samostalno i adekvatno primijeniti *online* komunikaciju za postizanje individualnih korisničkih ili poslovnih ciljeva u skladu s profesionalnim i etičkim načelima. |
| 00415 | Voditi poslovnu komunikaciju sa svim dionicima u međunarodnom i multikulturnom kontekstu. |
| 00416 | Oblikovati informacijske i komunikacijske sustave zasnovane na mrežno utemeljenim digitalnim medijima koristeći odgovarajuće metode i načine rada u interdisciplinarnim timovima.  |