

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 |
| 1.1. Opće informacije o visokom učilištu i predloženom studijskom programom | 3 |
| 3. Općenito o studijskom programu..... | 4 |
| 3.1. Naziv studija | 4 |
| 3.2. Nositelj / izvođač studija..... | 4 |
| 3.3. Tip studijskog programa | 4 |
| 3.4. Razina | 4 |
| 3.5. Znanstveno ili umjetničko područje..... | 4 |
| 3.6. Znanstveno ili umjetničko polje..... | 4 |
| 3.7. Znanstvena ili umjetnička grana | 4 |
| 3.8. Uvjeti upisa na studij | 4 |
| 3.9. Trajanje studija..... | 6 |
| 3.10. Ukupan broj ECTS bodova..... | 6 |
| 3.11. Akademski naziv koji se stječe završetkom studija | 6 |
| 4. Opis studijskog programa | 6 |
| 4.1. Popis obveznih i izbornih predmeta s brojem sati nastave i brojem ECTS | 7 |
| Bodova | 7 |
| 4.2. Struktura studija, ritam studiranja te uvjeti i način završetka studija..... | 10 |
| 4.3. Popis predmeta koje student može izabrati s drugih studijskih programa | 12 |
| 4.5. Način završetka studija | 12 |

1. Uvod

1.1. Opće informacije o visokom učilištu i predloženom studijskom programom

| | |
|-------------------------|---|
| Naziv visokog učilišta: | AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU OIB 60277424315 |
| Adresa: | Ulica P. Svačića 1f 31000 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 Osijeku Akademija 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 znanosti Informacijske 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 komunikologije univ. spec. rel. publ. et comm. |

3. Općenito o studijskom programu

3.1. Naziv studija

Poslijediplomski specijalistički studij Odnosi s javnošću i komunikologija

3.2. Nositelj / izvođač studija

Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

3.3. Tip studijskog programa

Sveučilišni

3.4. 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) | STAT US | 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 <i>online</i> 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.

| Šifra | Izborni kolegiji | | | |
|--------|---|----------|------|-----------------|
| | 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 sljedeće 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 <i>online</i> 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 multikulturalnom 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 <i>online</i> 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 multikulturalnom kontekstu. |
| 00416 | Oblikovati informacijske i komunikacijske sustave zasnovane na mrežno utemeljenim digitalnim medijima koristeći odgovarajuće metode i načine rada u interdisciplinarnim timovima. |