ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT

A close up of a logo

Description automatically generated

**IZVEDBENI PLAN NASTAVE ZA AKADEMSKU GODINU 2024./2025.**

JEDNOPREDMETNI DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ MENADŽMENT U KULTURI I KREATIVNIM INDUSTRIJAMA

**Odsjek za kulturu, medije i menadžment – Diplomski sveučilišni studij**

**MENADŽMENT U KULTURI I KREATIVNIM INDUSTRIJAMA /jednopredmetni**

1. **godina studija, zimski, I. semestar 2024./2025.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red. br.** | | **Šifra predmeta** | **Naziv predmeta** | **Obavezan/ Izborni** | **ECTS** | **Nastavnik**  (P - predavanja, S - seminari, SJ - vježbe iz stranog jezika, TJ - vježbe iz tjelesnog odgoja, LK1 – likovne vježbena 1. i 2. god. studija, LK2 - likovne vježbena 3. i 4. god. studija, L – laboratorijske vježbe,  PK – vježbe u praktikumu) | | **Sati** | | | **Grupe** | | |
| P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2  DR | P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2 |
| 1. | | MA-KM-03 | Strategije oglašavanja i nekonvencionalni marketing | O | 5 | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić |  | 45 | 15 |  | 1/2 | 1/2 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | | MA-KM-02 | Digitalni alati i sustavi u kulturi i kreativnim industrijama | O | 5 | Toni Podmanicki, predavač |  | 45 |  | 15PK | 1/2 |  | 1/2 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ECTS obaveznih predmeta 10** | | | | | | | |  | | | | | |
| 3. | | MASP-001 | Samostalni projekt 1: organizacija malih događanja | I | 5 | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica  Iris Tomić, asistentica  Paula Rem, asistentica |  | 25 |  | 20  20 | 1/4 |  | 1/4 |
| 4. | | MA-MM-12 | Vizualna semiotika | I | 3 | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica  dr. sc. Tomislav Levak, predavač |  | 15  15 | 15 |  | 1/4 | 1/4 |  |
| 5. | | MA-MM-44 | Fotografija u medijima 1 | I | 3 | prof. art. Davor Šarić  Lorna Kalazić Jelić, asistentica  demonstratori |  | 15 |  | 30 | 1/4 |  | 1/4 |
| 6. | | MA-MM-60 | Digitalno pismo | I | 5 | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić  Boris Rauš, naslovni predavač |  | 15 |  | 30PK | 1/4 |  | 1/4 |
| 7. | | MA-MM-42 | Digitalni medijski dizajn 1 | I | 5 | doc. dr. sc. Luka Alebić |  | 30 |  | 30PK | 1/4 |  | 1/4 |
| 8. | | MA-MM-41 | Teorija medijske umjetnosti | I | 3 | dr. sc. Tomislav Levak, predavač |  | 30 | 15 |  | 1/4 | 1/4 |  |
| 9. | | MAKO-301 | Web dizajn | I | 5 | Toni Podmanicki, predavač |  | 30 |  | 30 | 1/4 |  | 1/4 |
| 10. | | MA-MM-21 | Istraživanje kulture, medija i kreativnih industrija 1 | I | 1 | doc. dr. sc. Marina Jambrešić |  |  |  | 15T |  |  | 1/4 |
| 11. | | MA-MM-56 | Krizni menadžment u kreativnim industrijama | I | 3 | Vladimir Ham, naslovni predavač |  | 30 | 15 |  | 1/4 | 1/4 |  |
| 12. | | LKMA330 | 3D tehnologije i virtualno modeliranje I | I | 3 | doc. art. Leo Vukelić |  | 30 | 15 |  |  |  |  |
| **ECTS izbornih predmeta odabrane struke studija minimalno 20 ECTS** | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ECTS ostalih izbornih predmeta** | | | | | | | | | | | | | |
| **ECTS UKUPNO = 30** | | | | | | | | | | | | | |

**Odsjek za kulturu, medije i menadžment – Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama/jednopredmetni**

1. **godina studija, ljetni, II. semestar, 2024./2025.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red. br.** | | **Šifra predmeta** | **Naziv predmeta** | **Obavezan/ Izborni** | | **ECTS** | **Nastavnik**  (P - predavanja, S - seminari, SJ - vježbe iz stranog jezika, TJ - vježbe iz tjelesnog odgoja, LK1 – likovne vježbena 1. i 2. god. studija, LK2 - likovne vježbena 3. i 4. god. studija, L – laboratorijske vježbe,  PK – vježbe u praktikumu) | | **Sati** | | | **Grupe** | | |
| P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2  DR | P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2 |
| 1. | | MA-KM-01 | Razvoj organizacija u kulturi i kreativnim industrijama | O | | 5 | doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić |  | 45 |  |  | 1/2 | 1/2 |  |
| Ivana Guganović, asistentica |  |  | 15 |  |  |  |  |
| 2. | | MA-KM-04 | Računovodstvo i financijsko izvještavanje | O | | 5 | izv. prof. dr. sc. Marija Šain |  | 45 |  |  | 1/2 |  |  |
| dr. sc. Maja Haršanji, viša asistentica |  |  |  | 15 |  |  | 1/2 |
| **ECTS obaveznih predmeta 10** | | | | | | | | |  | | | | | |
| 3. | | MA-MM-28 | Publicistika | I | | 3 | dr. sc. Tomislav Levak, predavač  dr. sc. Damir Španić, naslovni asistent |  | 30 | 15 |  | 1/4 | 1/4 |  |
| 4. | | MASP-001 | Samostalni projekt 2: event menadžment u praksi | I | | 5 | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica  Iris Tomić, asistentica  Paula Rem, asistentica |  | 25 |  | 20  20 | 1/4 |  | 1/4 |
| 5. | | MA-MM-43 | Digitalni medijski dizajn 2 | I | | 5 | doc. dr. sc. Luka Alebić |  | 30 |  | 30 | 1/4 |  | 1/4 |
| 6. | | MA-MM-45 | Fotografija u medijima 2 | I | | 3 | prof. art. Davor Šarić  Lorna Kalazić, asistentica  demonstratori |  | 15 |  | 30PK | 1/4 |  | 1/4 |
| 7. | | MA-MM-53 | Transdisciplinarni projekti | I | | 3 | dr. sc. Andrej Kristek, naslovni predavač |  | 15 |  | 30 | 1/4 | 1/4 |  |
| 8. | | MA-MM-19 | Migracijski procesi i kulturni identitet EU | I | | 3 | doc. dr. sc. Marina Jambrešić  izv. prof. dr. sc. Damir Šebo |  | 15  15 |  | 15 | 1/4 |  | 1/4 |
| 9. | | MA-MM-22 | Istraživanje kulture, medija i kreativnih industrija 2 | I | | 1 | izv. prof. dr. sc. Borko Baraban  doc. dr. sc. Marina Jambrešić |  |  |  | 10T  5T |  |  | 1/4 |
| 10. | | MA-MM-29 | Umijeće komuniciranja i nastup pred kamerom | I | | 3 | dr. sc. Tomislav Levak, predavač |  | 15 |  | 45 | 1/4 |  | 1/4 |
| 11. | | MA-MM-50 | Razvoj imidža i brenda | I | | 3 | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica |  |  |  | 45 |  |  | 1/4 |
| 12. | | MA-MM-04 | Rodne studije i mediji | I | | 3 | doc. dr. sc. Igor Gajin |  | 30 | 15 |  | 1/4 | 1/4 |  |
| 13. | | MA-MM-52 | Europski trendovi u produkciji | I | | 3 | prof. dr. art. Darko Lukić  Iris Tomić, asistentica |  | 15 |  | 45 |  |  |  |
| **ECTS izbornih predmeta odabrane struke studija minimalno 20 ECTS** | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ECTS ostalih izbornih predmeta** | | | | | | | | | | | | | | |
| **ECTS UKUPNO = 30** | | | | | | | | | | | | | | |

**Odsjek za kulturu, medije i menadžment – Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama/jednopredmetni**

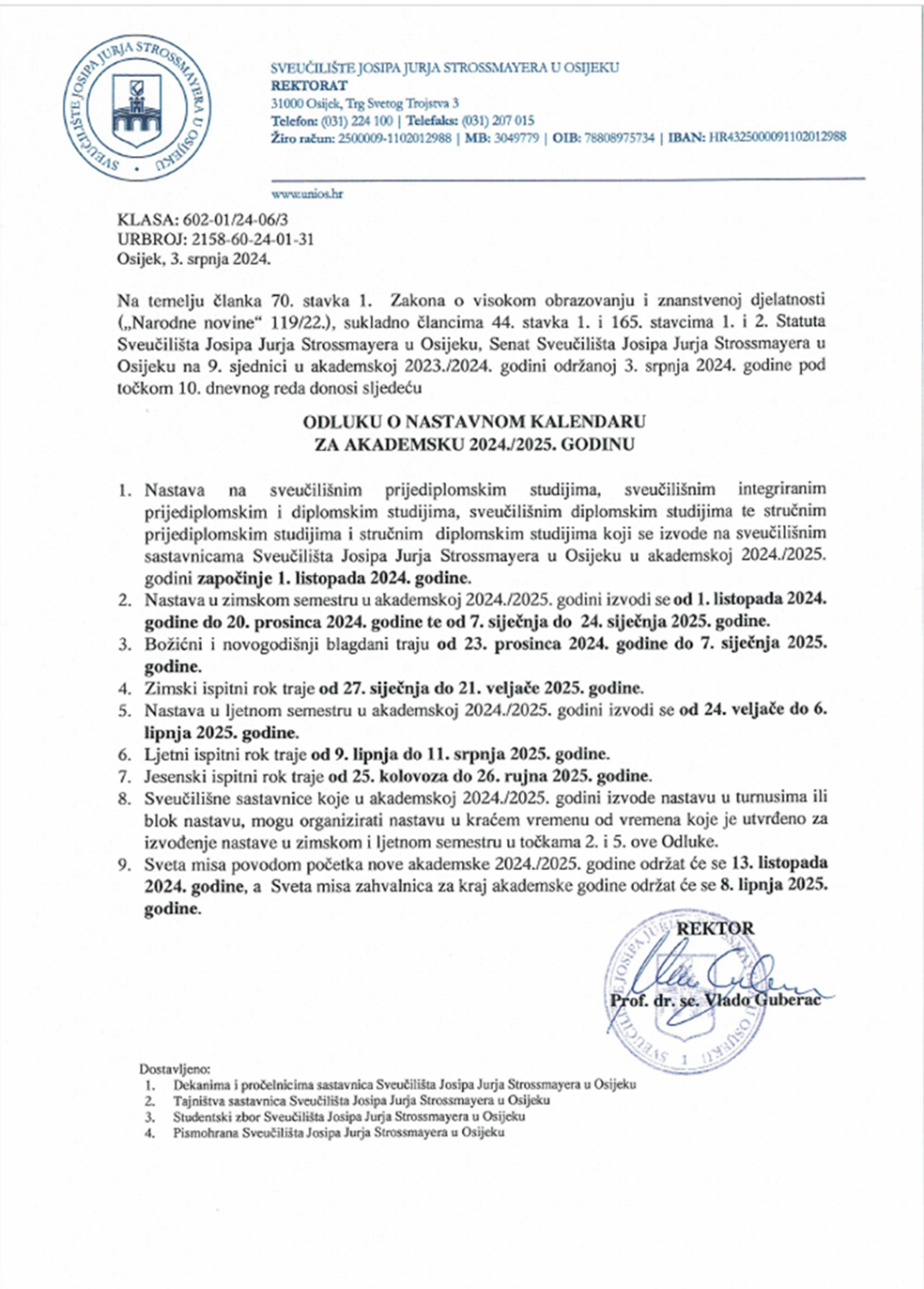
1. **godina studija, zimski, III. semestar, 2024./2025.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red. br.** | **Šifra predmeta** | **Naziv predmeta** | **Obavezan/ Izborni** | **ECTS** | **Nastavnik**  (P - predavanja, S - seminari, SJ - vježbe iz stranog jezika, TJ - vježbe iz tjelesnog odgoja, LK1 – likovne vježbena 1. i 2. god. studija, LK2 - likovne vježbena 3. i 4. god. studija, L – laboratorijske vježbe,  PK – vježbe u praktikumu) | | **Sati** | | | | **Grupe** | | | | |
| P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2  DR | | P | S | | SJ,  TJ,  LK1,  LK2 | |
| 1. | MA-KM-05 | Analiza i poslovno odlučivanje | O | 6 | izv. prof. dr. sc. Marija Šain |  | 40 |  |  | | 1/2 |  | |  | |
| dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica |  | 20 | 15 |  | |  | 1/2 | |  | |
| 2. | MA-KM-06 | Menadžment i promocija događanja | O | 4 | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić |  | 30 | 15 |  | | 1/2 |  | |  | |
|  |  |  |  |  | |  | 1/2 | |  | |
| **ECTS obaveznih predmeta 10** | | | | | | |  | | | | | | | | |
| 3. | MA-MM-14 | “Visoko” i “nisko” u kulturi i književnosti | I | 3 | doc. dr. sc. Igor Gajin |  | 30 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 4. | MAKU-050 | Uvod u znanstveno-istraživački rad | I | 3 | izv. prof. dr. sc. Borko Baraban  dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica |  | 5  25 | 10 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 5. | MA-MM-33 | Destinacijski menadžment | I | 3 | doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić  Marija Tolušić, univ. spec. oec., viša predavačica |  | 15  15 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 6. | MA-MM-18 | Baštinska kultura u pamćenju grada | I | 3 | doc. dr. sc. Hrvoje Mesić  Tin Užar, naslovni asistent |  | 30 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 7. | MA-MM-48 | Propaganda u medijskoj kulturi | I | 3 | dr. sc. Tomislav Levak, predavač |  |  |  | 30 | |  | |  | | 1/4 |
| 8. | MA-MM-25 | Organizacija medijskih kampanja | I | 3 | dr. sc. Snježana Barić Šelmić, viša asistentica  dr. sc. Damir Španić, naslovni asistent |  | 30 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 9. | MA-MM-61 | Javno izlaganje na engleskom jeziku | I | 3 | izv. prof. dr. sc. Željka Flegar |  | 15 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 10. | MA-MM-20 | Kulturna memorija i masovni mediji | I | 3 | izv. prof. dr. sc. Tatjana Ileš  Paula Rem, asistentica |  | 15 | 30 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 11. | MA-MM-34 | Gospodarstvo, kultura i kreativne industrije | I | 3 | izv. prof. dr. sc. Marija Šain  dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica |  | 30 | 15 |  | 1/4 | | | 1/4 | |  |
| 12. | MA-MM-59 | Zakonodavstvo u medijima i kulturi | I | 3 | doc. dr. sc. Marina Jambrešić |  | 30 | 15 |  | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| 13. | MA-MM-10 | Imidž i brendiranje u kulturi i kreativnim industrijama | I | 5 | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić  izv. prof. dr. sc. Marina Đukić  Katarina Horvat, naslovna asistentica |  | 10  10 | 15 | 25 | | 1/4 | | 1/4 | |  |
| **ECTS izbornih predmeta odabrane struke studija minimalno 20** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  | |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  | |  | |  | |  |
| **ECTS ostalih izbornih predmeta maksimalno 5** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ECTS UKUPNO = 30** | | | | | | | | | | | | | | | |

**Odsjek za kulturu, medije i menadžment – Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama/jednopredmetni**

**2. godina studija, ljetni, IV. semestar, 2024./2025.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red. br.** | **Šifra predmeta** | **Naziv predmeta** | **Obavezan/ Izborni** | **ECTS** | **Nastavnik**  (P - predavanja, S - seminari, SJ - vježbe iz stranog jezika, TJ - vježbe iz tjelesnog odgoja, LK1 – likovne vježbena 1. i 2. god. studija, LK2 - likovne vježbena 3. i 4. god. studija, L – laboratorijske vježbe,  PK – vježbe u praktikumu) | | **Sati** | | | **Grupe** | | | | |
| P | S | SJ,  TJ,  LK1,  LK2  DR | P | S | | SJ,  TJ,  LK1,  LK2 | |
| 1. | MA-MO-07 | Praksa/asistentura | O | 5 | mentor |  | 5 |  | 60 | 1/2 |  | | 1/2 | |
|  |  |  |  |  |  |  | |  | |
| 2. | MA-MO-D | Diplomski rad:  prijava teme diplomskog rada: 10 ECTS  dnevnik istraživanja diplomskog rada (dispozicija rada): 10 ECTS obrana diplomskog rada: 5 ECTS | O | 25 | mentor |  | 80 |  |  | 1/2 |  | |  | |
|  |  |  |  |  |  |  | |  | |
| **ECTS obaveznih predmeta 30** | | | | | | |  | | | | | | | |
| 3. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  |
| **ECTS izbornih predmeta odabrane struke studija minimalno 0** | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  |  | |  | |  |
| 5. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  |  | |  | |  |
|  |  |  |  |  |  | |  | |  |
| **ECTS ostalih izbornih predmeta maksimalno 5** | | | | | | | | | | | | | | |
| **ECTS UKUPNO = 30** | | | | | | | | | | | | | | |



**POPIS KOLEGIJA**

**OBVEZNI PREDMETI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Razvoj organizacija u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić | |
| Suradnik na predmetu | Ivana Guganović, asistentica | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-01 | |
| Status predmeta | Obvezni kolegij | |
| Godina | 1.godina (zimski semester) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (45+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Kolegij Razvoj organizacija u kulturi i kreativnim industrijama obrađuje temeljne pojmove i postavke koje se odnose na organizaciju, načela organiziranja kao i upravljanje u kulturi te kulturnim i kreativnim industrijama.  Primarni cilj kolegija Razvoj organizacija u kulturi i kreativnim industrijama je omogućiti studentima ovladavanje teorijskim spoznajama iz cjelina koje se izučavaju na kolegiju te stjecanje aplikativnih znanja za bolje razumijevanje suvremenih trendova o organizaciji s posebnim naglaskom na kulturu te kreativne industrije. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati temeljne pojmove iz područja organizacije u kulturi i kulturnim i kreativnim industrijama 2. Prepoznati i objasniti pojedine vrste organizacijske strukture 3. Razlikovati i opisati tradicionalne i suvremene pristupe u organizaciji kulture i kulturnih i kreativnih industrija 4. Navesti i opisati čimbenike oblikovanja organizacije 5. Pojasniti organizaciju polivalentnih ustanova i djelatnosti u kulturi 6. Usporediti različite tipove organizacija u kulturi 7. Prikupiti i izložiti relevantne podatke iz područja organizacije koje su potrebne za donošenje zaključaka vezanih za pojedinu cjelinu 8. Primijeniti stečena znanja te argumentirano riješavati probleme iz struke | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Teorije organizacije (klasična, neoklasična i suvremena) * Definiranje organizacije * Vrste i ciljevi organizacije rada * Načela i metode organizacije * Čimbenici oblikovanja organizacije * Organizacijska struktura i njezini elementi * Pojam i uloga organizacije u kulturi * Osnivanje, rad i prestanak institucija u kulturi * Projektiranje organizacije u institucijama u kulturi na primjeru kulturnih i kreativnih industrija * Organizacija polivalentnih ustanova i djelatnosti u kulturi sa naglaskom na kulturne i kreativne industrije * Organizacijska sredstva u analizi i uređivanju djelovanja organizacije, kulture i kulturnih i kreativnih industrija | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | | 0,5 | Seminarski rad | | 1,5 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*2,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 2,5\* | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,5 | 1-8 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,5 | 1-8 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 1,5 | 5-8 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-8 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Žugaj, M., Šehanović, J., Cingula, M.,: ORGANIZACIJA“, izdavač FOI Varaždin 2004. * Turkalj, Ž.: „OSNOVE ORGANIZACIJE“ PRAKTIKUM, izdavač EFO Osijek, 2009. * Antolović, J.: ORGANIZACIJA I KULTURA, Hadrian, d.o.o., Zagreb, 2011.   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Sikavica,P.: Organizacija, Školska knjiga,Zagreb,2011. * Sikavica,P.,Novak,M.: Poslovna organizacija,Informator,Zagreb,1999 * Organizacija poduzeća / Dragutin Gutić, Anton Devčić, Marko Šostar. Osijek : Studio HS Internet, 2017. * Organizacija / autori Marijan Cingula ... [et al.] ; urednica Lovorka Galetić. Zagreb : Sinergija, 2016. * Innovation culture in crony capitalism : does Hofstede’s model matter? / Jadranka Švarc, Jasminka Lažnjak. Zagreb : Ivo Pilar Institute of Social Sciences,  2017. * Oplemenjivanje organizacije u preduzeću : kriteriji i algoritmi u praksi - temelji za sigurno i efikasno rukovođenje i odlučivanje / Mujo (Sakib) Bešić.  Sarajevo ;  Zagreb : Synopsis, 2015. * The economics of values-based organizations : an introduction / Luigino Bruni and Alessandra Smerilli. 1st published. London ; New York : Routledge, 2015. * Organizations in time : history, theory, methods / edited by Marcelo Bucheli and R. Daniel Wadhwani. 1st published in paperback. New York : Oxford University Press, 2015. * Building anti-fragile organizations : risk, opportunity and governance in a turbulent world / Tony Bendell. Farnham ; Burlington : Gower, cop. 2014. * Danger and opportunity : bridging cultural diversity for competitive advantage / lionel Laroche & Caroline Yang. 1st published. New York ;  London :  Routledge, 2014. * Building high-performance, high-trust organizations : decentralization 2.0 / Gerrit Broekstra. 1st published. Basingstoke ; New York : Palgrave Macmillan, 2014. * Smart working : creating the next vawe / Anne Marie McEwan. Farnham ; Burlington : Gower, cop. 2013. * Organizacija velikih poduzeća / Lovorka Galetić ... [et al.] ; urednica Lovorka Galetić. Zagreb : Sinergija-nakladništvo, 2011. * Kultura i organizacije : uticaj kulturnih pretpostavki, verovanja i vrednosti na organizacione strukture, sisteme i procese / Dušan Mojić. Beograd : Čigoja štampa : Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta, 2010. * Organizacijsko oblikovanje / Miroslav Žugaj. 2. nepromijenjeno izd. Osijek : Ekonomski fakultet, 2008. * Suvremena organizacija i menadžment u globalizacijskim procesima / Desimir Bošković, Mladen Vukčević. Pićan: G.E.M., 2005. * Arhitektura suvremenih organizacija / Miroslav Žugaj, Markus Schatten. Varaždinske Toplice : "Tonimir"  Fakultet organizacije i informatike, 2005. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Digitalni alati i sustavi u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Nositelj predmeta | Toni Podmanicki, predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Preddiplomski studij Kultura, mediji i menadžment | |
| Šifra predmeta | MA-KM-02 | |
| Status predmeta | Obvezni kolegij | |
| Godina | 1. godina (zimski semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (45+15+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj kolegija je upoznati studente s rastućim trendom korištenja digitalnih alata i sustava koji omogućavaju interaktivnu komunikaciju kulturnih vrijednosti kroz novi kreativni koncept cyber-realnog prostora kako bi ih što svrsishodnije upotrebljavali i njima upravljali kroz različite projekte u kulturi i kreativnim industrijama. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Opisati razvoj tehnologija koje omogućavaju suvremenu, interaktivnu komunikaciju kulturnih vrijednosti 2. Razlikovati ključne pojmove koji se koriste u digitalnim alatima i sustavima u kulturi i kreativnim industrijama 3. Nabrojati digitalne alate i sustave koji se najčešće primjenjuju u razvoju i promociji kulturnog identiteta te očuvanju kulturne baštine 4. Usporediti mogućnosti primjene digitalnih alata i sustava u komunikaciji kulturnih vrijednosti 5. Kritički procijeniti digitalne alate i sustave i upravljati njihovim korištenjem u različitim projektima u kulturi i kreativnim industrijama | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Razvoj hardvera i uloga ICT tvrtki u suvremenim prezentacijskim i edukacijskim mogućnostima u kulturi i kreativnim industrijama * Pregled dostupnih digitalnih alata i njihovo vrjednovanje * Proširena stvarnost, virtualna stvarnost, mixed reality, * Gamification (razvoj videoigara u kontekstu i aktivnostima izvan područja samih videoigara) * Digitalni vodiči za muzeje, galerije i lokalitete kulturne baštine * Sustavi za upravljanje sadržajem na webu * Aplikacije za mobilne uređaje i računala * Završna razmatranja | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | |
| * 1. Komentari | | | |  | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu praktičnog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | 0,5 | | Seminarski rad |  | Samostalni rad | | 0,5 |
| Pismeni ispit | 2,5 | Usmeni ispit |  | | Esej |  | Istraživanje | |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja |  | | Referat |  | Praktični rad | | 1 |
| Portfolio |  |  |  | |  |  |  | |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 3 | 6 | | Aktivnost u nastavi | 0,7 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 14 | | Samostalni rad | 0,5 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada samostalnog zadatka | Evaluacija kvalitete samostalnog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka | 0 | 10 | | Praktični rad | 1 | 1-5 | Izrada praktičnog rada | Evaluacija kvalitete praktičnog rada | 0 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 25\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Marinos Ioannides, Nadia Magnenat-Thalmann, George Papagiannakis: Mixed Reality and Gamification for Cultural Heritage, Springer (2017) * Mohamed Gamal Abdelmonem: Virtual Heritage: Global Perspectives for Creative Modes of Heritage Visualisation, Virtual Heritage Cairo (2017) * Erik Champion: Critical Gaming: Interactive History and Virtual Heritage (Digital Research in the Arts and Humanities) Routledge (2015) * Nastavni materijal | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Jessie Y.C. Chen, Gino Fragomeni: Virtual, Augmented and Mixed Reality: Applications in Health, Cultural Heritage, and Industry (Lecture Notes in Computer Science), Springer (2018) | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatk | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Strategije oglašavanja i nekonvencionalni marketing | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić | |
| Suradnik na predmetu | - | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-03 | |
| Status predmeta | Obvezni kolegij | |
| Godina | 1. godina (ljetni semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (45+15+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Osnovni cilj ovoga kolegija je da studenti se upoznaju s komunikacijskim spoznajama i tehnikama usmjerenim na oglašavanje te razumijevati specifičnosti značenja oglašavanja na već definiranim postavkama marketinga s naglaskom na pripremu za oglašivačke aktivnosti. Kolegij je prilagođen studentima koji su već proučavali marketing, a posebice onima koji se pripremaju za oglašivačke aktivnosti. Studenti nakon teorijskog znanja treba znati razliku između oglašivačkih aktivnosti i aktivnosti prilagođavati situacijama i načinu komunikacije. Prepoznavanje potreba za pokretanjem marketinških aktivnosti u poslovnom svijetu ili instituciji kulture te da djeluju aktivno na svoje okruženje u domeni primjene strategije oglašavanja u teoriji i praksi. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati temeljena znanja iz područja oglašavanja 2. Imenovati ciljeve i funkcije oglašavanja u okviru marketinga 3. Razlikovati ekonomski, socijalni i pravni aspekt oglašavanja 4. Implementirati stečena znanja i sposobnosti rješavanja problema iz područja oglašavanja na primjerima iz prakse 5. Usporediti prednosti i nedostatke raspoloživih medija 6. Primijeniti stečena znanja na medije oglašavanja 7. Sintetizirati stečena znanja medija, oglašavanja kroz slučajeve u praksi | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Proces komuniciranja. * Komuniciranje s tržištem * Marketing i ponašanje kupaca. Definiranje oglašavanja. * Ciljevi i funkcije oglašavanja u okviru marketinga. Komunikacijski miks * Primarne i sekundarne promocijske aktivnosti. * Dimenzija oglašavanja * Ekonomski, socijalni i pravni aspekti oglašavanja * Proces upravljanja oglašavanja * Determinante oglašivačke strategije, ciljno tržište, oglašivačka uloga u komunikacijskom/promocijskom procesu. * Nositelji oglašavanja. Konstante u oglašavanju. Mediji oglašavanja. Sredstva oglašavanja. Kreativna oglašivačke strategija. * Analiza medija. Izbor medija oglašavanja. Prikupljanje informacija- osnove za planiranje oglašavanja. * Marketing i oglašivačko planiranje. Planiranje medija miksa. Planiranje medijske strategije. Top-down, bottom-up, imc. * Pomoćna oglašivačka sredstva. * Novi mediji. Međusobna usporedba medija. Kreativna oglašivačka strategija. * Novi trendovi u oglašavanju. * Kontroverze u oglašavanju, kodeks oglašavanja. * Izravni marketing i promocija na mjestu prodaje. Osobna prodaja i odnosi s javnošću. Oglašavačke agencije. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | | 0,5 | Seminarski rad | | 1,5 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*2,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 2,5\* | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,5 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,5 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 1,5 | 2-7 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Medić, M., Pancić, M.: „Osnove marketinga- praktikum“, EFOS, Osijek, 2009. * Odabrana poglavlja iz Kesić, T.: „Integrirana marketinška komunikacija“, Opinio, Zagreb, 2003.   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Blech, G. E., Blech, M. A.: “Advertising and Promotion- and Integrated Marketing Commination Perspective, McGraw Hill Irwin, Boston, 2004. * Arens, W., F.: “Contemporary Advertising”, McGraw Hill Irwin, Boston, 2001. * Wells, W. D., Burnett, J., Moriarty, S.: “Advertising: Principles and Practice, Prentice Hall, Boston, 2002. * Jewler, J.A., Drew, Niany, B.L.: “Creative Strategy in Advertising”, Wadsworth Publishing, 2005. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Opće informacije | | | | | | | | | | | | |
| Naziv predmeta | | | Računovodstvo i financijsko izvještavanje | | | | | | | | | |
| Nositelj predmeta | | | izv. prof. dr. sc. Marija Šain | | | | | | | | | |
| Suradnik na predmetu | | | dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica | | | | | | | | | |
| Studijski program | | | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | | | | | | | | | |
| Šifra predmeta | | | MA-KM-04 | | | | | | | | | |
| Status predmeta | | | Obvezni stručni kolegij | | | | | | | | | |
| Godina | | | 1. godina (ljetni semestar) | | | | | | | | | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | | | ECTS koeficijent opterećenja studenata | | | | | 5 | | | | |
| Broj sati (P+V+S) | | | | | 60 (45+15+0) | | | | |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | | | |
| U okviru predmeta studenti se upoznavaju s osnovnim znanjem iz područja računovodstva i financijskog izvještavanja. Cilj predmeta je osposobiti studente za teorijsku, metodološku i praktičnu primjenu računovodstvenih informacija o financijskom stanju i poslovanju određene organizacije u svrhu donošenja poslovnih odluka. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati pojam, ulogu i cilj računovodstva 2. Objasniti i razlikovati vrste računovodstva 3. Razumjeti i koristiti se kontnim planom 4. Prepoznati i vrednovati osnovne elemente financijskih izvještaja 5. Razumjeti povezanost i sadržaj temeljnih financijskih izvještaja 6. Izračunati i računovodstveno prikazati poslovne promjene 7. Interpretirati rezultate poslovanja | | | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | | | |
| * Pojam i osnove računovodstva * Vrste računovodstva * Računovodstveni propisi, događaji i isprave * Kontni plan * Računovodstvene politike * Temeljni financijski izvještaji- bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom tijeku, izvještaj o promjenama glavnice, bilješke * Financijsko računovodstvo i bilježenje poslovnih događaja * Računovodstveno praćenje elemenata financijskih izvještaja * Utvrđivanje rezultata poslovanja * Financijsko izvještavanje | | | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | | |
| * 1. Komentari | | | |  | | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u nastavi i na vježbama u kojima će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 1,5 | Aktivnost u nastavi | | | 1,0 | Seminarski rad | | |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*2,5 | Usmeni ispit | | |  | Esej | | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | | 2,5\* | Referat | | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | | |  |  | | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 1,5 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 15 | 30 | | Aktivnost u nastavi | 1,0 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Crnković, L.; Mesarić, J.; Martinović, J.: Organizacija i primjena računovodstva, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2006. * Crnković, L., Martinović, J.; Mijoč, I.: Financijsko računovodstvo, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2008. * Crnković, L.; Martinović, J.; Mijoč, I.: Kontni plan, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2008. * Belak, V.; Vudrić, N.: Osnove suvremenog računovodstva, Belak Excellens, Zagreb, 2012. * Žager, K. i dr.: Analiza financijskih izvještaja, 2. prošireno izdanje, Masmedia, Zagreb, 2008. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Žager, K.; Vašiček, V.; Žager, L.: Računovodstvo za neračunovođe – osnove računovodstva, četvrto izdanje , Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2007. * Skupina autora, (redaktor Danimir Gulin, Lajoš Žager): Računovodstvo, Udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, 3. izmijenjeno izdanje, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2010. * Meigs, W.; Meigs, R.: Računovodstvo, Temelj poslovnog odlučivanja, (prijevod s engleskog jezika), MATE, Zagreb, 1999. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Analiza i poslovno odlučivanje | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Marija Šain | |
| Suradnik na predmetu | dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-05 | |
| Status predmeta | Obvezni stručni kolegij | |
| Godina | 2. godina (zimski semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 75 (60+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru predmeta Analiza i poslovno odlučivanje obrađuju se metode poslovne analize te metode i načini vrednovanja projektnih ulaganja. Cilj je predmeta osposobiti studente za provedbu analize uspješnosti poslovanja i ocjenu poslovanja s obzirom na promjene u okolini te primjenu financijskih i ekonomskih kriterija prilikom vrednovanja projektnih ulaganja.U okviru ovog kolegija student će steći kompetencije koje mu omogućavaju praćenje razvoja poslovnih aktivnosti s ciljem održavanja stabilnosti i dugoročnog razvoja kao i vrednovanje opravdanosti provedbe planiranih investicijskih projekata. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegijastudent će moći:   1. Objasniti značenje analize poslovanja i ulogu poslovnog analitičara za uspješnost poslovanja gospodarskog subjekta 2. Primijeniti odabrane metode analize okruženja, industrije i konkurentnosti te internih čimbenika 3. Izraditi financijsku analizu poslovanja tvrtke 4. Interpretirati rezultate provedenih metoda analize poslovanja 5. Prezentirati i obrazložiti preporuke za upravu analiziranih tvrtki donesene na osnovu dobivenih rezultata analize poslovanja 6. Izraditi poslovni plan tvrtke 7. Ocijeniti isplativost investicijskog ulaganja primjenom odabranih metoda financijske analize | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Pojam i procesi analize poslovanja * Poslovni analitičari i njihovi zadaci * Informacijsko-komunikacijske tehnologije u poslovnoj analizi * Analiza poslovanja (analiza industrije i konkurentnosti, analiza okruženja, analiza internih čimbenika) * Analiza financijskih izvješća * Izrada i prezentacija analize poslovanja i financijskoj uspješnosti * Definiranje i redefiniranje strategije poduzeća * Investicijsko odlučivanje (pojam i metodologija) * Financijska ocjena investicijskih projekata | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | | 0,5 | Seminarski rad | | 1,5 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*2,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 2,5\* | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,5 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,5 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 1,5 | 2-7 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacijei argumentacije donesenih zaključaka. | 10 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita. | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Europska komisija, Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects, Economic appraisal tool for Cohesion Policy 2014-2020, 2014 (dostupno online: http://ec.europa.eu/regional\_policy/sources/docgener/studies/pdf/cba\_guide.pdf) * Spravalo, B. (2017),Zbirka dokumentacije za upravljanje funkcijama kontrolinga: Financijsko planiranje, analiza i izvještavanje * Yates, J.F. (2012), Poslovno odlučivanje, Mate d.o.o., Zagreb * Gonan Božac, M., Tipurić, D., (2014) Poslovni slučajevi iz strateškog menadžmenta, Sinergija, Zagreb * **Buble, M. (2005), Strateški menadžment, Zagreb,** * Belak, V. (2014.) Analiza poslovne uspješnosti, Biblioteka računovodstvo, RRiF-plus d.o.o. za nakladništvo i poslovne usluge, Zagreb * Block, S., Hirt, G., Danielsen, B. (2010) Foundations of Financial Management, 14th Edition * Aulet, B. (2014); Disciplinirano poduzetništvo: 24 koraka do uspješnog startup-a, * Žager, K. et al. (2008). Analiza financijskih izvještaja, 2. Prošireno izd, Masmedija, Zagreb   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * [Finkler](https://www.amazon.com/Steven-A.-Finkler/e/B001I9U39K/ref=dp_byline_cont_book_1) S. A., Calabrese T., Purtell, R., Smith, D. L., (2012) Financial Management for Public, Health, and Not-for-Profit Organizations (4th Edition), Prentice Hall, New York * Goldstein, S. (2015) Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb * Mishkin, F.S., Eakin S.G. (2011) Financial Markets and Institutions, Prentice Hall * Buble, M. (2005), Strateški menadžment, Zagreb, * Belak, V. (2014.) Analiza poslovne uspješnosti, Biblioteka računovodstvo, RRiF-plus d.o.o. za nakladništvo i poslovne usluge, Zagreb * Goldstein, S. (2015) Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb * J. Pavičić, N. Alfirević, Lj. Aleksić (2006); Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmedija, Zagreb, 2006. * Dragićević-Šešić, M., Stojaković, B. (2011); Kultura: menadžment, animacija, marketing, 6. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Clio, Beograd, Srbija, * Robert J. Shiller, Financijei dobro društvo, Zagreb : Mate, 2015 * Finkler S. A., Calabrese T., Purtell, R., Smith, D. L., (2012) Financial Management for Public, Health, and Not-for-Profit Organizations (4th Edition), Prentice Hall, New York * Osmanagić,B. (2002) N., Operativno planiranje, Školska knjiga, Zagreb * Alexander, D.; Nobes, C. (2011), Financijsko računovodstvo, Mate d.o.o., Zagreb | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Menadžment i promocija događanja | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-06 | |
| Status predmeta | Obvezni kolegij | |
| Godina | 2. godina (zimski semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 4 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+15+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Osnovni cilj ovoga kolegija je da studenti usvoje osnovna teoretska znanja iz područja menadžmenta događanja te da ih se potakne na razvoj organizacijskih i komunikacijskih vještina s naglaskom na ključne segmente kao što su: događajni kontekst, cjelovitost i opseg događaja, upravljanje vremenom na jednom događaju, ljudima i troškovima jednoga događaja, upravljanje rizicima događaja i nabavom te suvremene tehnike upravljanja događaja. Jedan od ciljeva je i naučiti studente da individualno i u timu prepoznaju potrebu za pokretanjem događajnih aktivnosti u poslovnom svijetu ili instituciji kulture te da djeluju aktivno na svoje okruženje u domeni primjene menadžmenta događanja u teoriji i praksi. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati, prepoznati, usvojiti i opisati temeljne pojmove iz menadžmenta događanja 2. Primijeniti komunikacijske vještine prilikom organizacije nekog događaja 3. Analizirati strukturu i funkcije menadžmenta događanja 4. Povezati marketing i menadžment događanja 5. Predvidjeti moguće rizike u menadžmentu događanja 6. Raspraviti, prosuditi, proučiti stečena znanja | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Uvodno predavanje * Menadžment događanja – struktura, funkcije * Upravljanje događanjima * Veličina i vrsta događaja, organizacijski tim * Etika, etički kodeks * Marketing u kontekstu menadžmenta događanja * Sredstva za planiranje događaja * Evaluacija, nadzor i kontrola | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,4 | Aktivnost u nastavi | | 0,4 | Seminarski rad | | 1,2 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*2 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 2 | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,4 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,4 | 1-6 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 1,2 | 2-6 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2 | 1-6 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 4 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Lynn van der Wagen, Brends R.Carlos: EVENT MANAGEMENT – Upravljanje događanjima: za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate, Zagreb, 2008.   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Kesić, T.; Integrirana marketinška komunikacija, Opinio, Zagreb, 2003.g. * Kotler P., Keller K.L: Upravljanje marketingom 12.izdanje, Mate, Zagreb, 2008.g. * Bowdin, G.J.: Event management, 2. izdanje, Taylor & Francois Group, 2006. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

**IZBORNI PREDMETI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Opće informacije** | | |
| **Naziv predmeta** | Kulturna memorija i masovni mediji | |
| **Nositelj predmeta** | izv. prof. dr. sc. Tatjana Ileš | |
| **Suradnik na predmetu** | Paula Rem, asistentica | |
| **Studijski program** | Sveučilišni diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Sveučilišni diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| **Šifra predmeta** | MA-MM-20 | |
| **Status predmeta** | Izborni opći kolegij | |
| **Godina** |  | |
| **Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave** | **ECTS koeficijent opterećenja studenata** | 3 |
| **Broj sati (P+V+S)** | 45 (15+0+30) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **OPIS PREDMETA** | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Ciljevi ovoga kolegija su osposobljavanje studenata za kompetentno razumijevanje proizvodnje masovnih medija kao resursa akumuliranja kulturne baštine, „kognitivne baštine“ (Bourdieu), te funkcije tih medija u transgeneracijskom pamćenju, odnosno u individualnoj i kolektivnoj memoriji. Kolegij zahtijeva razumijevanje sociokulturnog značaja masovnih medija i tehnodeterminističke preduvjete masovnih medija, a u ishodu sposobnost razumijevanja suvremenog medijskog pejsaža, kulturalnu vrijednost produciranih sadržaja s masmedijskih platformi i infrastruktura s naročitom sviješću o povijesnoj perspektivi u razmatranju/vrednovanju partikularnih ostvarenja masmedijske kulture s ciljem educiranja o kontinuitetu (tradiciji) i metasvijesti o prethodno navedenim sadržajem (dinamika i logika individualnog i povijesnog sjećanja i zaborava).  U okviru kolegija Kulturna memorija i masovni mediji obrađuje se razumijevanje proizvodnje masovnih medija kao resursa akumuliranja kulturne baštine, „kognitivne baštine“ (Bourdieu), te funkcije tih medija u transgeneracijskom pamćenju, odnosno u individualnoj i kolektivnoj memoriji. Ciljevi predmeta su:   * Razumjeti sociokulturni značaj masovnih medija i tehnodeterministički utjecaj masovnih medija na kulturu i kulturno pamćenje. * Razumjeti i analizirati kulturalnu vrijednost produciranih sadržaja kao „kulturnih uzoraka“ s masmedijskih platformi i infrastruktura u povijesnoj perspektivi. * Interpretirati i ocjenjivati (ne)dugoročnu vrijednost produciranih sadržaja kao „kulturnih uzoraka“ s masmedijskih platformi i infrastruktura u povijesnoj perspektivi. * Integrirati masmedijske prakse u stručna teorijsko-analitička, kulturološka i fenomenološka znanja. * Selektirati prezent masmedijske proizvodnje u transgeneracijske vrijednosti. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| Nema uvjeta | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon uspješno završenog kolegija student će moći:   * Prepoznati i definirati temeljne pojmove iz sadržaja kolegija. * Prepoznavati i razumijevati proizvodnju aktualnog medijskog pejsaža. * Prepoznavati i razumijevati kulturološku dimenziju aktualnog medijskog pejsaža. * Analizirati i interpretirati različite izvedbene forme i prakse masovnih medija u povijesnoj perspektivi. * Prikazati, obrazložiti i argumentirati relacije (povijesnoga kontinuiteta) uspostavljene s tradicijskim korijenima razmatranog predmeta. | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| 1. Sociokulturna povijest medija 2. Mediji i kultura 3. Mediji i (prenošenje) znanja 4. Povijesno pamćenje 5. Individualno pamćenje 6. Strategije i politike pamćenja i zaborava u kontekstu teorija ideologije 7. Strategije i politike pamćenja i zaborava na povijesnim primjerima 8. Dekonstrukcija dokumenta 9. Žanrovi pamćenja (autobiografije, memoari...) 10. Kulturno pamćenje i novi mediji 11. (Dis)kontinuitet 12. Izmišljanje tradicije 13. Vječni prezent moderne kulture 14. Reaktualizacija/neotradicija prošlosti   15. Prezentacije studentskih istraživanja/radova i sinteza kulturoloških analiza tijekom semestra | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo- konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u nastavi i izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,25 | Aktivnost u nastavi | | 0,25 | Seminarski rad | | 0,5 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja (2 kolokvija) | | 1 | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*Ukoliko student položi kolokvije oslobođen je polaganja pismenog ispita | | | | | | | | | |
| **1.9. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu** | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **\* NASTAVNA METODA** | **ECTS** | **ISHOD UČENJA** | **AKTIVNOST STUDENTA** | **METODA PROCJENE** | **BODOVI** | | | **min** | **max** | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,25 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 0 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,25 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,5 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 10 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita. | | | | | | | | | |
| **1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)** | | | | | | | | | |
| * Assmann, Jan, *Kultura pamćenja*, Prosveta, Beograd, 2011. * Connerton, Paul, *Kako se društva sjećaju*, Antibarbarus, Zagreb, 2004.   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| **1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)** | | | | | | | | | |
| * Finci, Predrag, Osobno kao tekst, Antibarbarus, Zagreb, 2011. * Sablić-Tomić, Helena, Intimno i javno, Naklada Ljevak, Zagreb, 2002. * Škopljanac, Lovro, Književnost kao prisjećanje, Naklada Ljevak, Zagreb, 2014. * Boym, Svetlana, *The Future of Nostalgia*, Basic Books, New York, 2001. * Benčić, Živa, *Lica Mnemozine – ogledi o pamćenju*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2006. * Carr, Nicholas, *Plitko – što Internet čini našem mozgu*, Jesenski i Turk, Zagreb, 2010. * Spitzer, Manfred, *Digitalna demencija*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2018. * Grosman, Meta, *U obranu čitanja – čitatelj i književnost u 21. stoljeću*, Algoritam, Zagreb, 2010. | | | | | | | | | |
| **1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija** | | | | | | | | | |
| Praćenje kvalitete koja osigurava stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija provodit će se:   * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Praksa/asistentura u menadžmentu | |
| Nositelj predmeta | Mentori | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-07 | |
| Status predmeta | Obvezni stručni kolegij | |
| Godina | 2. godina (ljetni semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (0+60+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj stručne prakse je upoznavanje s principima rada u struci u okviru domaćih i stranih tvrtki, institucija, udruga ili radom na provedbi projekata. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Studenti će nakon završene stručne prakse moći :  1.analizirati tržište te izraditi marketinški plan,  2.koristiti digitalne i poslovne internetske alate, programe i opremu specifične za djelokrug rada institucije u kojoj su obavljali praksu,  3. pisano i usmeno komunicirati s poslovnim i projektnim partnerima  4. Prezentirati projekt  5. izraditi plan poslovanja ili operativni plan projekta | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| Obavezna praksa/asistentura izvodi u sklopu bilo koje institucije, udruge ili tvrtke u kulturi i kreativnim industrijama, a pod mentorstvom nastavnika kod kojeg student odabire temu za diplomski rad ili drugog odabranog nastavnika studijskog programa. Također, praksa se može odraditi za bilo koju udrugu, instituciju, korporaciju, stranku ili neovisno o sektoru ukoliko student asistira na poslovima iz područja ekonomskih znanosti. Praksa nije nužno vezana za godinu studija već se realizira u dogovoru i uz dopuštenje mentora tijekom cijelog studija, a student stječe bodove u IV. Semestru.  Studenti su obavezni tijekom trajanja studija realizirati barem jednu praksu. Jedna se opisana praksa ubraja u obavezan broj ECTS bodova dok se eventualne dodatne prakse upisuju u dodatak diplomi. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje praktične nastave i aktivnog sudjelovanja u radu institucija, udruga ili tvrtki. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0 | Aktivnost u nastavi | | 0 | Seminarski rad | 0 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 0 | Usmeni ispit | | 0 | Esej | 0 | | Istraživanje |  |
| Projekt | 0 | Kontinuirana provjera znanja | | 0 | Referat | 0 | | Praktični rad | 5 |
| Portfolio | 0 |  | | 0 |  |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Praktični rad | 1 | 1-5 | Prisutnost na praksi  Istraživanje, konzultiranje literature, postavljanje planiranih parametara, aktivno sudjelovanje u radu i izvršavanje drugih obveza s ciljem primjene znanja stečenog tijekom diplomskog studija | Vrednovanje stečenih praktičnih znanja na temelju kvalitete rada i angažmana u provedbi preuzetih zadataka | 50 | 100 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Ažurno vođenje evidencije o redovitom pohađanju studentske prakse. * Potvrda poslodavca/mentora s prijedlogom ocjene | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Fotografija u medijima 1 | |
| Nositelj predmeta | prof. art. Davor Šarić | |
| Suradnik na predmetu | Lorna Kalazić Jelić, asistentica  demonstratori | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-44 | |
| Status predmeta | izborni stručni | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (15+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj predmeta je upoznati studente s osnovama fotografskog procesa te ih osposobiti za moguće vlastito stvaralaštvo. Dati uvid u primjenu fotografije u multimedijskom okruženju te razviti vještinu analitičkog razumijevanja i tumačenja primijenjene fotografije. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| Nema posebnih uvjeta za upis ovog predmeta. | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon završetka kolegija student će moći:   1. prepoznati glavne teorijske aspekte fotografskog procesa 2. imenovati, opisati, razlikovati fotografske tehnike i stilove, žanrove 3. razlikovati i definirati nosioce fotografske poruke 4. razumjeti i poštivati autorska prava 5. opisati, analizirati fotografiju objavljenu u medijima 6. upoznati osnove tehnologije fotografskog snimanja, rukovati sa suvremenom fotografskom opremom 7. samostalno oblikovati, kreirati vlastite fotografije, primijeniti stečene vještine na vlastiti rad 8. predvidjeti i kontrolirati ishod fotografske slike u specifičnim uvjetima | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Kroz predavanja i praktične vježbe student stječe teorijska i praktična saznanja o glavnim značajkama primijenjene fotografije i njezine produkcije. * Uvod u kolegij u drugom semestru. Postavljanje ciljeva, definiranje zadataka i obveza. * Vježba rukovanja digitalnim fotoaparatom u kontroliranim uvjetima. * Primijenjena fotografija u praksi: Produkti * Primijenjena fotografija u praksi: Portret * Primijenjena fotografija u praksi: Krajolik * Primijenjena fotografija u praksi: Dokumentarna fotografija događaja * Obrada fotografije. Softveri za obradu slike. Osnovne postavke. * Ravnoteža boje, kontrasti. Naknadno oštrenje, zamućivanje. * Osnove retuširanja. * Priprema fotografije za print. Vježba: probni otisci * Prezentiranje vježbi.Analiza, diskusija i evaluacija studentskih radova. * Dogovor eventualne javne prezentacije radova. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Studenti su dužni redovito pohađati nastavu, te u njoj aktivno sudjelovati. Izraditi zadane vježbe i sudjelovanje u analizama i diskusijama na nastavi. Redovito prezentirati svoje zadatke temu te ih postepeno nadograđivati i razvijati. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,45 | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad | |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit | | 0,6 | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat | |  | Praktični rad | 1,5 |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA \*\* | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,45 | 1-8 | prisustvovanje nastavi | evidencija | 7,5 | 15 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-8 | aktivnost u nastavi | evidencija | 0,5 | 15 | | Praktični rad | 1,5 | 6-8 | Demonstracija usvojenog gradiva, prikazivanje plana snimanja i produkcije | Kontinuirano praćenje tijekom semestra, završna prezentacija rada, evaluacija radova | 20 | 50 | | Usmeni ispit | 0,6 | 1-5 | Demonstracija usvojenog gradiva | Javna provjera | 2,5 | 20 | | Ukupno | 3 |  |  |  | 50 | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Mikota, Miroslav: Kreacija fotografijom, V.D.T. Publishing, Zagreb, 2000. * Ang, Tom: Digitalna fotografija, Znanje, Zagreb, 2004. | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Wells, Liz: Fotografija – kritički uvod, Clio, Beograd, 2006. (poglavlje 1 i 2) * Sontag, Susan: O fotografiji, Naklada EOS, Osijek, 2007. * Kobre, Kenneth: Photojournalism: The Professionals' Approach,Routhledge, London, 2017. * Fizi, Milan: Fotografija, Epoha Zagreb, 1966. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Ažurno vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu zadanih vježbi. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Fotografija u medijima 2 | |
| Nositelj predmeta | prof. art. Davor Šarić | |
| Suradnik na predmetu | Lorna Kalazić Jelić, asistentica  demonstratori | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-45 | |
| Status predmeta | izborni stručni | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (15+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj predmeta je upoznati studente s osnovama fotografskog procesa te ih osposobiti za moguće vlastito stvaralaštvo. Dati uvid u primjenu fotografije u multimedijskom okruženju te razviti vještinu analitičkog razumijevanja i tumačenja primijenjene fotografije. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| Nema posebnih uvjeta za upis ovog predmeta. | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon završetka kolegija student će moći:   1. prepoznati glavne teorijske aspekte fotografskog procesa 2. imenovati, opisati, razlikovati fotografske tehnike i stilove, žanrove 3. razlikovati i definirati nosioce fotografske poruke 4. razumjeti i poštivati autorska prava 5. opisati, analizirati fotografiju objavljenu u medijima 6. upoznati osnove tehnologije fotografskog snimanja, rukovati sa suvremenom fotografskom opremom 7. samostalno oblikovati, kreirati vlastite fotografije, primijeniti stečene vještine na vlastiti rad 8. predvidjeti i kontrolirati ishod fotografske slike u specifičnim uvjetima | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Kroz predavanja i praktične vježbe student stječe teorijska i praktična saznanja o glavnim značajkama primijenjene fotografije i njezine produkcije. * Uvod u kolegij u drugom semestru. Postavljanje ciljeva, definiranje zadataka i obveza. * Vježba rukovanja digitalnim fotoaparatom u kontroliranim uvjetima. * Primijenjena fotografija u praksi: Produkti * Primijenjena fotografija u praksi: Portret * Primijenjena fotografija u praksi: Krajolik * Primijenjena fotografija u praksi: Dokumentarna fotografija događaja * Obrada fotografije. Softveri za obradu slike. Osnovne postavke. * Ravnoteža boje, kontrasti. Naknadno oštrenje, zamućivanje. * Osnove retuširanja. * Priprema fotografije za print. Vježba: probni otisci * Prezentiranje vježbi.Analiza, diskusija i evaluacija studentskih radova. * Dogovor eventualne javne prezentacije radova. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Studenti su dužni redovito pohađati nastavu, te u njoj aktivno sudjelovati. Izraditi zadane vježbe i sudjelovanje u analizama i diskusijama na nastavi. Redovito prezentirati svoje zadatke temu te ih postepeno nadograđivati i razvijati. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,45 | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad |  | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit | | 0,6 | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat |  | | Praktični rad | 1,5 |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA \*\* | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,45 | 1-8 | prisustvovanje nastavi | evidencija | 7,5 | 15 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-8 | aktivnost u nastavi | evidencija | 0,5 | 15 | | Praktični rad | 1,5 | 6-8 | Demonstracija usvojenog gradiva, prikazivanje plana snimanja i produkcije | Kontinuirano praćenje tijekom semestra, završna prezentacija rada, evaluacija radova | 20 | 50 | | Usmeni ispit | 0,6 | 1-5 | Demonstracija usvojenog gradiva | Javna provjera | 2,5 | 20 | | Ukupno | 3 |  |  |  | 50 | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Mikota, Miroslav: Kreacija fotografijom, V.D.T. Publishing, Zagreb, 2000. * Ang, Tom: Digitalna fotografija, Znanje, Zagreb, 2004. | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Wells, Liz: Fotografija – kritički uvod, Clio, Beograd, 2006. (poglavlje 1 i 2) * Sontag, Susan: O fotografiji, Naklada EOS, Osijek, 2007. * Kobre, Kenneth: Photojournalism: The Professionals' Approach,Routhledge, London, 2017. * Fizi, Milan: Fotografija, Epoha Zagreb, 1966. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Ažurno vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu zadanih vježbi. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Istraživanje kulture, medija i kreativnih industrija 1-2 | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Borko Baraban | |
| Suradnik na predmetu | doc. dr. sc. Marina Jambrešić | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-21  MA-MM-22 | |
| Status predmeta | Izborni opći predmet | |
| Godina | Prema izvedbenom planu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 1 |
| Broj sati (P+V+S) | 15 (0+15+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj predmeta je podizanje svijesti o kvaliteti i značaju kulturnih, umjetničkih i medijskih sadržaja kao i o njihovom doprinosu gospodarstvu te glavnim preprekama i pitanjima s kojima se one suočavaju. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. debatirati o dostupnim kulturnim, umjetničkim i medijskim sadržajima, 2. ocijeniti potencijale razvoja javnih ustanova i poslovnih subjekata u medijima, kulturi i kreativnim industrijama. | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| Obveze studenata su prisustvo na kulturnim zbivanjima u gradu i regiji i to prema sljedećim kategorijama:   * kazališne predstave, * koncerti, * izložbe, * promocije knjiga, * muzejski posjeti, * festivali, * projekcije europskog filma i filmovi nezavisnih producenata i europskih autora, * konferencije, predstavljanja, tribine, seminari, radionice i okrugli stolovi vezani za temu umjetnosti, kulture, medija, kreativnih industrija i menadžmenta, * događanja u organizaciji javnih ustanova u kulturi i jedinica lokalne uprave i samouprave u području kulture, umjetnosti, medija i menadžmenta.   Student samostalno bira događanja kojima će prisustvovati. Dozvoljena je i individualna kombinacija gore navedenih kategorija uz uvijet da je od svake kategorije zastupljeno maksimalno po dva oblika pri čemu student treba realizirati minimalno 10 prisustava. Dozvoljene su i druge kategorije događanja no uz prethodnu suglasnost mentora.  Evidenciju o prisustvu studenta na događanju ovjerava organizator pečatom institucije ili potpisom djelatnika ili nastavnik potpisom ukoliko je posjet proveden u okviru terenske nastave. Student samostalno određuje dinamiku i raspored posjeta/sudjelovanja. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje događanja opisanih u točci 1.4. što se dokazuje evidencijom prisustva. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave |  | Aktivnost u nastavi | |  | Seminarski rad | |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje | 1 |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 1 | 1-2 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 50 | 100 | | Ukupno | 1 |  |  |  |  | 100 | | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju događanja opisanih u točci 1.4. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Digitalni medijski dizajn 1 | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Luka Alebić | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-42 | |
| Status predmeta | Izborni stručni kolegij | |
| Godina |  | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (30+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Ciljevi predmeta su savladavanje konkretnih vještina kreiranja digitalnog medijskog sadržaja kroz rad u specijaliziranim računalnim programima i alatima. Svrha ovog predmeta je da student nakon odslušanog kolegija upotrebljava računalne programe za rad s vektorskom i rasterskom grafikom te program za prijelom teksta kako bi samostalno izrađivao različita vizualna rješenja pogodna za primjenu u digitalnim medijima. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati ključne pojmove vezane uz digitalnu grafiku i vizualnu komunikaciju 2. Analizirati različite oblike digitalnih medija 3. Usporediti specifične alate i tehnologije potrebne za kreiranje različitih medijskih i multimedijskih sadržaja 4. Primijeniti računalni program za rad s vektorskom grafikom 5. Primijeniti računalni program za rad s rasterskom grafikom 6. Primijeniti računalni program za prijelom teksta | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Pristupna razmatranja: O kolegiju. literatura, predavači, plan nastave. * Ključni pojmovi vezani uz digitalnu grafiku * Ključni pojmovi vezani uz vizualnu komunikaciju * Usporedba različitih alata i tehnologija za izradu medijskih i multimedijskih sadržaja * Odabir i upoznavanje s programom za rad s vektorskom grafikom * Rad u programu za vektorsku grafiku * Izrada digitalnog medijskog rješenja u vektorskom formatu | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | |
| * 1. Komentari | | | |  | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu samostalnih i praktičnih zadataka u kojima će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,25 | Aktivnost u nastavi | 0,75 | | Seminarski rad |  | Samostalni rad | | 0,5 |
| Pismeni ispit | 2,5 | Usmeni ispit |  | | Esej |  | Istraživanje | |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja |  | | Referat |  | Praktični rad | | 1 |
| Portfolio |  |  |  | |  |  |  | |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,25 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 2,5 | 5 | | Aktivnost u nastavi | 0,75 | 1-6 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Samostalni rad | 0,5 | 1-3 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada samostalnog zadatka | Evaluacija kvalitete samostalnog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka | 0 | 10 | | Praktični rad | 1 | 4-6 | Izrada praktičnog rada | Evaluacija kvalitete praktičnog rada | 12 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-6 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Williams R. (2015) The Non-Designer's Design Book (4th Edition). United States: Peachpit Press * Wood B. (2018) Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press * Faulkner A.,‎ Chavez C. (2018) Adobe Photoshop CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press * Kordes A. K.,‎ DeJarld T. (2018) Adobe InDesign CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Poulin, R. (2012) The language of graphic design: An illustrated handbook for understanding fundamental design principles. Gloucester, MA: Rockport Publishers. * William Lidwell,‎ Kritina Holden, Jill Butler (2010) Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design Second Edition, Revised and Updated Edition. Rockport Publishers. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Vizualna semiotika | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica  dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Suradnik na predmetu | dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Studijski program | Sveučilišni diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću  Sveučilišni diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-MM-12 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj ovoga kolegija je pripremiti studente za razumijevanje opće semiotike, koja se očituje u najširem rasponu od svakodnevnog komuniciranja preko javnog priopćavanja do estetičkih struktura jezičnih, slikovnih i zvučnih znakova te osposobljavanje za razumijevanje značaja vizualne komunikacije u medijima masovnog komuniciranja i u svakodnevnom životu. Kolegij je usustavljen na način da se razumije semiotičko okružje vizualnoga konteksta. Upoznavanje sa sličnostima i razlikama vizualnog komuniciranja u fotografiji, filmu i televiziji. Studenti će se upoznati s načinima na koje se koriste i razumiju slike, kako slike stvaraju značenje bez obzira kojim su medijem komunicirane. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati temeljne pojmove vezane uz semiotiku i vizualne komunikacije 2. Identificirati semiotički sustav znakova (simbol, indeks, ikona) 3. Objasniti uporabu znakova u specifičnim društvenim situacijama te ilustrirati njihovu ulogu u konstruiranju stvarnosti 4. Raščlaniti i identificirati kodove 5. Interpretirati i dekonstruirati suovisnost slike i teksta 6. Usporediti vizualne i verbalne sustave znakova 7. Odrediti denotativno i konotativno značenje znakova 8. Pojasniti ulogu i značaj vizualne komunikacije – reduciranje slike u informacijskom (postmodernom) dobu na informaciju | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Pojam vizualnosti – osjetilo vida, vizualni kod, percepcija * Povijest vizualne komunikacije * Povijest semiotike i semiologije * Slika – tumačenje slike * Znak, značenje * Sustav i struktura znaka * Nerječita komunikacija * Jezik i jezični kodovi * Semiotika teksta * Semiotika medija * Semiotika kulture * Estetika * Vizualna kultura | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1,5\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-8 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-8 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 1-8 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-8 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| 1. Johansen, Jǿrgen Dines. Larsen, Svend Erik. (2000). Uvod u semiotiku. Croatialiber, Zagreb  2. Nöth, Winfried (2004). Priručnik semiotike. Zagreb, Ceres  3. Gelb, Zlatan (2009). Moć slike. Članci, www.hrcak.srce.hr  4. Paić, Žarko. Vizualne komunikacije http/www.vizualni-studiji.com/izdanja/vizualne-komunikacije.html  5. Paić, Žarko. Dekonstrukcija slike. http/www.vizualni-studiji.com/skupovi/vkk-paic.html  6. Gattegno, Caleb (1969). Towards a Visual Culture: Educating through Television, NY  7. Barnard, Malcom (2001). Approaches to Understanding Viusal Culture, NY  8. Mitchell, W.J.T. (1986). Iconology: Image, Text, Ideology, Chicago  9. Labaš, D., Mihovilović, M. (2011). Masovni mediji i semiotika popularne kulture, Kroatologija, Zagreb  Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * De Saussure, Ferdinand (2000). Tečaj opće lingvistike, Zagreb * Hjemslev, Louis (1985). Prolegomena teoriji jezika, Zagreb * Chandler, Daniel (2002). Semiotics: The Basics. London, Routledge * Eco, Umberto (1973). Kultura, informacija, komunikacija. Nolit, Beograd * Morris, Charles (1975). Osnove teorije o znacima, Beograd * Rampley, Matthew (2005). Exploring Visual Culture: Definition, Concepts, Contexts. Edinburgh * Platon, Država. Naklada Juričić, Zagreb * Letica, Zvonko (2003). Televizijsko novinarstvo. Zagreb, Disput. * Barthes, R. (1989). Carstvo znakova. Zagreb, A. Cesarec | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Teorija medijske umjetnosti | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-41 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj kolegija je definiranje pojma «medijske umjetnosti», razumijevanje odnosa suvremenog proširenog poimanja vizualnih umjetnosti u kontekstu tehnologije novih medija. Razumijevanje temeljnih faza razvoja medijske umjetnosti od Futurizma do Post-internet arta. Usvajanje povijesnog pregleda temeljnih teorijskih pristupa u medijima fotografije, filma, videa, televizije, računalne grafike itd. Studenti će naučiti prepoznati analogije između poststrukturalističkih filozofijskih usmjerenja i novih umjetničkih formi. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati temeljne pojmove vezane uz medijsku umjetnost 2. Razviti svijest o kronološki sukcesivnim teorijama vezanim uz nove medije 3. Usvajanje povijesnog pregleda temeljnih teorijskih pristupa u medijima fotografije, filma, videa, televizije, računalne grafike itd. 4. Definiranje umjetničkog djela iz perspektive suvremenih digitalnih medija 5. Razumijevanje utjecaja društvenih mreža na poimanje novih, hibridnih medijskih žanrova i umjetničkih formi 6. Definiranje odnosa suvremene filozofijske antropologije i medijske umjetnosti 7. Definirati odnos suvremenih digitalnih medija i tradicionalnog poimanja umjetničkog djela 8. Osvijestiti ulogu društvenih mreža u kreaciji novih umjetničkih formi 9. Prepoznati analogije između post-strukturalističkih filozofijskih usmjerenja i novih umjetničkih formi | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Definiranje temeljnih pojmova vezanih uz medijsku umjetnost * Umjetnost i tehnologija: povijesni razvitak odnosa do kraja 19.st. * Uloga tehnologije i masovnih medija u redefiniranju umjetničkog djela: iskustva Avangarde * Medijska umjetnost u drugoj polovini 20.st. * Medijska umjetnost i teorija: od fotografije do Interneta * Digitalna stvarnost i njezine forme: od računalne grafike do Virtualne realnosti * Računalne igre kao umjetničke forme * Istraživanje tijela u digitalnom okruženju kao forma medijske umjetnosti * Društvene mreže i umjetnički hibridi | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | | 0,9 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1,5\* | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-9 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-9 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 1-9 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-9 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Manovich, L., (2001), The Language of New Media, MIT Press * Trible, M. (ur.), (2006), New Media Art, Taschen, * Paul, Ch., (2008). Digital Art, Thames and Hudson * Jenkins, H. (2006). Convergence Culture; where old and new media collide. New York * Gere, Ch. (2011). Digitalna kultura., Clio, Beograd * McLuhan, M. (2008). Razumijevanje medija – mediji kao čovjekovi produžeci., Zagreb, Golden marketing   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Bal, Mieke (2003) Visual Essentialism, Journal of Visual Culture 2 (1): 5-32. * Batchen, Geoffrey (1997) Burning with Desire: The Conception of Photography. Cambridge, MA: MIT Press. * Becker, Karin (1992/2003) Photojournalism and the Tabloid Press. In Wells, Liz (ed.) The Photography Reader.   London:Routledge, 291-308.   * Foster, Hall (ed.) (1988) Vision and Visuality. Seattle: Dia Art Foundation. * Friedberg, Anne (1993) Window Shopping: Cinema and the Postmodern. Berkeley: University of California   Press.   * Lister, Martin (ed.) (1995) The Photographic Image in Digital Culture. London: Routledge. * Soussloff, Catherine M. (1996) Review Article: The Turn to Visual Culture. Visual Anthropology Review,   Vol. 12, No. 1: 77-83. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Publicistika | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Suradnik na predmetu | dr. sc. Damir Španić, naslovni asistent | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-28 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Upoznavanje s osnovnim pojmovima i istaknutim osobama hrvatske publicistike i društvenim kontekstom. Prepoznavanje hrvatske publicistike u širem kontekstu. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Usvajanje osnovnih pojmova publicistike. 2. Interdisciplinaran pristup analizi publicistike. 3. Usvojiti sposobnost razlikovanja publicistike od "intimistike" u kontekstu narcisističke kulture ispovijedanja | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Osnovni pojmovi publicistike. * Hrvatski publicisti. * Znanstvena publicistika. * Popularna publicistika. * Beletristika i publicistika. * Društveno-povijesni kontekst. * Povijesni razvoj. * Suvremeni kontekst publicistike. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,15 | Aktivnost u nastavi | | 0,15 | Seminarski rad | 0,6 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1,5\* | Usmeni ispit | | 0,6 | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1,5\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/  AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,15 | 1-3 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 2,5 | 5 | | Aktivnost u nastavi | 0,15 | 1-3 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 5 | | Seminarski rad | 0,6 | 1-3 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 10 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-3 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Usmeni ispit | 0,6 | 1-3 | Priprema za provjeru znanja, usmena provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 10 | 20 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Lipovčan, Srećko, Mediji - druga zbilja?: rasprave, ogledi i interpretacije, Zagreb, 2006. * Početci hrvatskoga novinstva i publicistike, Zagreb, 2006..   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Leksikon povijesti novinarstva i publicistike / Petar Požar, Split, 2001. * Stilinović, Marijan, Bune i otpori, Zagreb, 1969. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Umijeće komuniciranja i nastup pred kamerom | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću  Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-MM-29 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (15+45+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru ovoga kolegija osnovni ciljevi su: razvijanje studentskih vještina korištenja glumačkih tehnika i alata prezentacije u ostvarivanju učinkovite komunikacije u medijskim nastupima, zatim postizanje zadovoljavajuće razine norme javnoga nastupa svakoga studenta pred kamerom i mikrofonom te usvajanje praktičnih vještina pred kamerom i mikrofonom. Također, cilj je da studenti usvoje osnovna teoretska znanja iz područja promotivnoga komuniciranja te da ih se potakne na razvoj komunikacijskih vještina s naglaskom na ključne segmente promocije I tržišnoga komuniciranja. Uz to,cilj je studentima pružiti korisne spoznaje o promotivnoj komunikaciji te osposobiti studente za rad u različitim područjima promotivnoga komuniciranja, rad u promotivnim agencijama ili drugim srodnim područjima kao i razvijanje kritičkoga promišljanja i komunikacijske prakse. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon odslušanog kolegija i položenog ispita studenti će moći:   1. Samostalno i uvjerljivo izvesti individualni i grupni javni nastup te obaviti glasnogovorničku dužnost, osobito u području odnosa s javnošću i medijima, pred auditorijem te kamerama, fotoparatima i drugim tehnikama snimanja 2. Samostalno i uvjerljivo primijeniti glumačke tehnike tzv. prirodnoga ponašanja pred kamerom i artikuliranje osobnih namjera u realizaciji specifičnog sadržaja ili forme 3. Prepoznati ključne elemente osobnog pristupa kameri i mikrofonu 4. Primjereno osobno ovladati danim medijima s antropološkog aspekta naturalizacije kao nužnog standarda današnjih medijskih nastupa 5. Prihvatiti svoj habitus u medijima izgradnjom samopouzdanja i sigurnosti pred mikrofonom i kamerom 6. Pravilno primijeniti opće i specifične kompetencije, znanja i vještina iz područja komuniciranja i javnoga nastupa 7. Kvalitetno primijeniti stečena znanja i iskustva u različitim područjima promotivne komunikacije, poput rada u oglasnim agencijama ili drugim srodnim područjima | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Rukovođenje, timska suradnja, ŽREP, metode olakšanja rada u skupini * Poslovna komunikacija, mreža odnosa, metode olakšanja rada * Poimanje komunikacije * Elementi i proces promotivne komunikacije * Komunikacijski proces kao temelj ponašanja građana * Uvjeravanje elementima poruke * Analiza masovnih medija * Internet i ostali oblici promotivne komunikacije * Javna komunikacija, odnosi sa javnošću, politička komunikacija, psihokonzalting * Analiza svih razina javne komunikacije * Analiza specifičnosti glasnogovorničkih poslova i poslova odnosa s javnošću i medijima * Upoznavanje specifičnosti javnog nastupa pred kamerama, fotoaparatima i drugim sredstvima snimanja i prenošenja javnoga nastupa | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru ovoga kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave i vježbi koje je određeno prema Pravilniku o studiranju te na aktivno sudjelovanje u nastavi. Redovito pohađanje predavanja i vježbi te aktivan pristup nastavi omogućuju polaganje kolegija putem jednoga praktičnoga kolokvija pred kamerom i glavnoga praktičnoga dijela ispita pred publikom i kamerom u kojima trebaju na konkretnom primjeru, odnosno na dva javna nastupa na zadane teme, pokazati jesu li i u kojoj mjeri usvojili nastavni sadržaj iz ovoga kolegija, vezan uz javno komuniciranje i nastup pred kamerom.  Nakon izvršavanja svih prethodnih obveza student može pristupiti glavnom, praktičnom dijelu ispita. Za njegovo uspješno polaganje student treba realizirati praktični rad u dogovoru s nastavnikom. Studenti koji prethodno ne polože praktični kolokvij pred kamerom i ne pokažu usvojeno teorijsko znanje, ne mogu pristupiti glavnom, praktičnom dijelu ispita iz ovoga kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,45 | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad |  | | Eksperimentalni rad |  |
| Pisani ispit |  | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 0,6 | Referat |  | | Praktični rad | 1,5 |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,45 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 7,5 | 15 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu - uključivanje u raspravu, rješavanje postavljenih zadataka | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Kontinuirana provjera znanja | 0,6 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja | Praktični javni kolokvij pred kamerom i vrednovanje razine stečenoga znanja | 0 | 20 | | Praktični rad | 1,5 | 1-7 | Priprema za ispitni javni nastup, ispitni javni nastup | Praktična i javna provjera stečenoga znanja, stručna evaluacija kvalitete javnoga nastupa | 0 | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 | | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Španjol Marković, Mirela (2016) Moć uvjeravanja: Govorništvo za menadžere i one koji to tek žele postati (drugo i dopunjeno izdanje). Zagreb: Profil * Tomić, Zoran (2016) Odnosi s javnošću – teorija i praksa (II. dopunjeno i izmijenjeno izdanje). Zagreb, Sarajevo: Synopsis * Verčič, Dejan i drugi (2004) Odnosi s medijima. Zagreb: Masmedia * Kesić, T. (2003) Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio * Pease, Allan; Pease, Barbara (2008) Velika škola govora tijela. Zagreb: Mozaik knjiga   (\*\*\* u dogovoru sa studentima izabrat će se pojedina poglavlja)  Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)   * Miljković, Dubravka; Rijavec, Majda (2009) Razgovori sa zrcalom. Zagreb: IEP * Skoko, Božo (2006) Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću. Zagreb: Millenium promocija d.o.o. * Tkalac Verčič, Ana (2015) Odnosi s javnošću. Zagreb: Hrvatska udruga za odnose s javnošću   (\*\*\* detaljnija izborna literatura polaznicima kolegija osigurat će se naknadno, na predavanjima, ovisno o interesima) | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku * Ažurno vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima praktičnoga javnog kolokvija i vježbi * Primjena stečenoga znanja u okviru ovoga kolegija, kroz definiranje, predstavljanje, praktičnu realizaciju i završnu analizu javnoga nastupa pred kamerom i publikom | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Baštinska kultura u pamćenju grada | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Hrvoje Mesić | |
| Suradnik na predmetu | Tin Užar, naslovni asistent | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-18 | |
| Status predmeta | Izborni stručni kolegij za sve godine sveučilišnog diplomskog studija Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru kolegija studenti će se upoznati s prostornom humanistikom, odnosno s početkom dokumentiranja istraživanja prostorne kognicije. Upoznat će se s ispravnim čitanjem grada, njegova teksta, prepoznavanjem, razumijevanjem i mapiranjem onih baštinskihvrijednosti koje pomažu u stvaranju, otkrivanju i rekonstrukciji identiteta i događaja koji su važni za kolektivnu memoriju i službenu povijest, a u suodnosu je s djelovanjem pojedinca i grada. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegijastudent će moći:  1. Identificiratipočetkeprostornehumanistike  2. Prepoznatisloženostpojma/sintagmeupravljanjebaštinom u suvremenomdruštvu  3. Usporeditimeđuodnosidentitetaibaštinegrada  4. Kreiratii (mini) baštinski projekt  5. Obrazložitistrategijebilježenjagrada: pamćenje, baština, dokument | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Istraživanje, prikupljanje i obrada informacija o identitetu te njihova komunikacija * Važnost i implikacije baštinskog djelovanja * Upravljanje baštinom kao sredstvo razvoja * Baštinske ustanove i javna memorija (geniusloci) * Heterotopije vremena M. Foucaulta * Koncept „pravo na grad“ * Mjesta/Nemjesta * H. Lefebvre i E. Soja * Antropologija grada * Pamćenje, sjećanje, zaborav * Digitalna komunikacija i konvergencija baštine * Baštinska kultura i kreativna industrija * Koncept „kreativni grad“ | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacijei argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Kultura pamćenja i historija. Zagreb: Golden Marketing-Tehnička knjiga, 2016.   Connerton, Paul, Kako se društva sjećaju, Zagreb, IzdanjaAntibarbarus, 2004.  Eco, Umberto, Kultura, informacija, komunikacija, Beograd, Nolit, 1973.  Foucault, Michel, O drugimprostorima, u: Glasje: časopis za književnosti umjetnost, Zadar, 1996., br. 6.  Harvey, David, Pravona grad, u: Priručnik za život u neoliberalnoj stvarnosti: Operacija: grad, 2008.  Kulturna geografija: kritički rječnik ključnih pojmova, Zagreb, Disput, 2008.  Lefebvre, Henri, The Production of Space, Oxford-Cambridge, Blackwell, 1991.  Lynch, Kevin, Slika jednog grada, Beograd, Građevinska knjiga, 1974.  Maroević, Ivo, Identitet kao sastavni dio muzealnosti, u: Informatica museologica, 1988., br. 1-4.  Maroević, Ivo, Povijesni grad kaodokument, u: Radovi Instituta za povijest umjetnosti, Zagreb, 1989., br.12-13.  **Nemec, Krešimir, Čitanjegrada: urbano iskustvo u hrvatskoj književnosti, Zagreb, NakladaLjevak, 2010.**  **Sablić-Tomić, Helena; Ileš, Tatjana, Grad između pamćenja i zaborava, u:** Dani hvarskog kazališta: Građairasprave o hrvatskoj književnosti i kazalištu, 2011., br. 1.  Soja, Edward, Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places, Oxford, Blackwell Publishers, 1996.  Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| Augé, Marc, Nemjesta, Karlovac, Naklada DAGGK, 2001.  Castells, Manuel, Usponu mreženogdruštva, Zagreb, Golden marketing-Tehničkaknjiga, 2000.  Certeau, Michel de, Invencije svakodnevice, Zagreb, Naklada MD, 2002.  Lefebvre, Henri, Urbana revolucija, Beograd, Nolit, 1974.  **Mirčev, Andrej, Iskušavanja prostora, Osijek-Zagreb, UAOS-Leykam International, 2009.** | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Rodne studije i mediji | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Igor Gajin | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Sveučilišni diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću  Sveučilišni diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-MM-04 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru kolegija Rodne studije i mediji obrađuju se kritička razmatranja temeljnih pitanja važnih za teorije identiteta. Ciljevi predmeta su:   * Razviti kod studenata svijest o kulturnim, diskurzivnim i ideološkim strategijama konstruiranja identiteta. * Osposobiti studente za dekonstrukciju naturaliziranih koncepata identiteta, konvencija i uloga. * Osposobiti studente za dekonstrukciju centara moći diskurzivne proizvodnje i reprodukciju ideologiziranih matrica, napose patrijarhata i falocentrizma. * Razviti kod studenata interdisciplinarni način mišljenja i metajezični vokabular s ključnim terminima, shemama, kategorijama i konceptima iz područja ovoga kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| Nema uvjeta | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon uspješno završenog kolegija student će moći:  1. Definirati temeljne pojmove vezane uz teorije identiteta.  2. Identificirati osnovne spoznaje o teorijama identiteta i medijima.  3. Objasniti paradokse oko spolnih/rodnih identiteta.  4. Raščlaniti i istražiti spolne i rodne identitete.  5. Interpretirati konstruktivne i kritičke modele spoznavanja i učenja.  6. Osvijestiti mogućnosti različitih čitanja spolnih/rodnih identiteta.  7. Primijeniti znanja u prepoznavanju i artikulaciji pitanja, problema i spoznajnih predrasuda o muškosti i ženskosti.  8. Analizirati i interpretirati znanja o nosivim tematskim sadržajima. | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Teorije identiteta i mediji * Iskustvo razlike i Drugost * Teorijske paradigme, umjetnička praksa i suvremeno iskustvo koje utječu na spolne/rodne identitete * Diskurzivno i medijsko kodiranje spoznaja o spolnim i rodnim ulogama * Kritičke prakse dekonstrukcije, feminizma, postkolonijalizma... * Falocentrizam i patrijarhat * Biopolitika | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo- konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u nastavi i izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | | 0,9 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja (2 kolokvija) | | 1,5 | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*Ukoliko student položi kolokvije oslobođen je polaganja pismenog ispita | | | | | | | | | |
| 1.9. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 10 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita. | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Butler, Judith (2003). Nevolje s rodom. Zagreb, Ženska infoteka. * Moi, Toril (2007). Seksualna/tekstualna politika. Zagreb, AGM. * Foucault, Michel (1994). Nadzor i kazna. Zagreb, Informator. * Foucault, Michel (2013). Istorija ludila u doba klasicizma. Novi Sad, Mediterran Publishing. * Kramarić Z., Banović-Markovska, A. (2012). Politika, kultura, identitet. Skopje.   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunskaliteratura (utrenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Beauvoir, S. de (1982). Drugi pol I/II. Beograd, BIGZ. * Bećirbašić, B. (2011). Tijelo, ženskost i moć-upisivanje patrijarhalnog diskursa u tijelo. Synopsis, Zagreb-Sarajevo. * Papić, Ž. (1997). Polnost i kultura. Telo i znanje u socijalnoj antropologiji. Beograd, XX vek. * Chodorow, N. (1978). The Reproduction of Mothering. Berkeley, University of California Press. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| Praćenje kvalitete koja osigurava stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija provodit će se:   * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Digitalni medijski dizajn 2 | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Luka Alebić | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-43 | |
| Status predmeta | Izborni stručni kolegij | |
| Godina |  | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (30+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Ciljevi predmeta su savladavanje konkretnih vještina kreiranja digitalnog medijskog sadržaja kroz rad u specijaliziranim računalnim programima i alatima. Svrha ovog predmeta je da student nakon odslušanog kolegija upotrebljava računalne programe za rad s vektorskom i rasterskom grafikom te program za prijelom teksta kako bi samostalno izrađivao različita vizualna rješenja pogodna za primjenu u digitalnim medijima. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| odslušan kolegij Digitalni medijski dizajn 1 | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati ključne pojmove vezane uz digitalnu grafiku i vizualnu komunikaciju 2. Analizirati različite oblike digitalnih medija 3. Usporediti specifične alate i tehnologije potrebne za kreiranje različitih medijskih i multimedijskih sadržaja 4. Primijeniti računalni program za rad s vektorskom grafikom 5. Primijeniti računalni program za rad s rasterskom grafikom 6. Primijeniti računalni program za prijelom teksta | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Odabir i upoznavanje s programom za rad s rasterskom grafikom * Rad u programu za rastersku grafiku * Izrada digitalnog medijskog rješenja u rasterskom formatu * Odabir i upoznavanje s programom za prijelom teksta * Rad u programu za prijelom teksta * Izrada digitalnog medijskog rješenja za prijelom teksta | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | |
| * 1. Komentari | | | |  | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu samostalnih i praktičnih zadataka u kojima će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,25 | Aktivnost u nastavi | 0,75 | | Seminarski rad |  | Samostalni rad | | 0,5 |
| Pismeni ispit | 2,5 | Usmeni ispit |  | | Esej |  | Istraživanje | |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja |  | | Referat |  | Praktični rad | | 1 |
| Portfolio |  |  |  | |  |  |  | |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,25 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 2,5 | 5 | | Aktivnost u nastavi | 0,75 | 1-6 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Samostalni rad | 0,5 | 1-3 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada samostalnog zadatka | Evaluacija kvalitete samostalnog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka | 0 | 10 | | Praktični rad | 1 | 4-6 | Izrada praktičnog rada | Evaluacija kvalitete praktičnog rada | 12 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-6 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Williams R. (2015) The Non-Designer's Design Book (4th Edition). United States: Peachpit Press * Wood B. (2018) Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press * Faulkner A.,‎ Chavez C. (2018) Adobe Photoshop CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press * Kordes A. K.,‎ DeJarld T. (2018) Adobe InDesign CC Classroom in a Book (2018 release) 1st Edition. Adobe Press | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Poulin, R. (2012) The language of graphic design: An illustrated handbook for understanding fundamental design principles. Gloucester, MA: Rockport Publishers. * William Lidwell,‎ Kritina Holden, Jill Butler (2010) Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design Second Edition, Revised and Updated Edition. Rockport Publishers. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Web dizajn | |
| Nositelj predmeta | Toni Podmanicki, predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-49 | |
| Status predmeta | Izborni stručni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom planu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (30+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Upoznati ključne pojmove web tehnologija, razumjeti marketinške aspekte izrade web-sjedišta, ovladati različitim oblicima digitalnih zapisa te biti osposobljen za izradu web-stranica. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Razlikovati ključne pojmove vezane uz web 2. Definirati marketinške aspekte u izradi web-sjedišta 3. Kreirati različite oblike digitalnih zapisa (tekst, slika, zvuk, video) pogodne za multimedijalno okruženje weba 4. Riješiti tehničke preduvjete za izradu web-sjedišta 5. Kreirati web-stranice upotrebom HTML-a i CSS-a 6. Vrjednovati i optimizirati web-sjedište | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Uvodno o kolegiju: povijest i razvoj World Wide Weba, utjecaj weba na društvene promjene, pojmovna određenja web tehnologija. * Marketinški aspekti u izradi web-sjedišta: definiranje svrhe i cilja, ciljane skupine korisnika, web-sjedište usmjereno korisnicima, kategorije web-sjedišta i njihova struktura, elementi web-stranica za postizanje ciljeva, identitet web-sjedišta. * Multimedija: alati za obradu teksta, slike, zvuka i videa; prilagodba multimedijalnih elemenata web okruženju. * Izrada web-stranica: Tehnički preduvjeti, alati za izradu web-stranica, HTML, CSS. * Vrjednovanje i optimizacija web-sjedišta: optimizacija za tražilice (SEO), responzivni web dizajn, upotrebljivost web-sjedišta. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu praktičnog rada u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija.  Izvršavanjem obveza student može pristupiti ispitu. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,25 | Aktivnost u nastavi | | 0,75 | Seminarski rad |  | | Samostalni rad | 0,5 |
| Pismeni ispit | 2,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat |  | | Praktični rad | 1 |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,25 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 2,5 | 5 | | Aktivnost u nastavi | 0,75 | 1-6 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Samostalni rad | 0,5 | 1-4 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada samostalnog zadatka | Evaluacija kvalitete samostalnog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka | 0 | 10 | | Praktični rad | 1 | 4-6 | Izrada praktičnog rada | Evaluacija kvalitete praktičnog rada | 0 | 20 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-6 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30 | 50\* | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Toni Podmanicki: Nastavni materijal: Izrada web-stranica, Odjel za kulturologiju (2017.) (dostupno online: http://kulturologija.unios.hr/wp-content/uploads/2015/09/Izrada-web-stranica.pdf ) * Mozilla Developer Network, (dostupno online: https://developer.mozilla.org/en-US/)Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Jon Duckett: HTML and CSS: Design and Build Websites, Wiley (2014.) * Jennifer Niederst Robbins: Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics, O'Reilly Media (2012.) | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Transdisciplinarni projekti | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Andrej Kristek, naslovni predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturnim i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-53 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom planu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45(15+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja i vještina menadžmenta multidisciplinarnih, ali i internacionalnih projekata što uključuje razvoj organizacijskih i komunikacijskih vještina s naglaskom na ključne projektne segmente kao što su suvremene tehnike dizajniranja i upravljanja multidisciplinarnim projektom. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   * Identificirati i analizirati odabranu ciljanu skupinu projektnog prijedloga * Obrazložiti različitost projektnih interesa i fokusa u različitim područjima /praksama/ industrijama * Razviti, planirati i ocijeniti inovativne višedisciplinarne projektne ideje * Primijeniti interaktivne i kreativne metodologije rada i dizajna projektnih ideja * Dizajnirati organizacijsku shemu rada multidisciplinarne projektne suradnje * Prezentirati koncept rada projektnog tima, napredak projekta i finalne rezultate projekta | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Razvoj ideja i dizajn multidisciplinarnih projekata * Identificiranje i analiza ciljane skupine projektnog prijedloga * Izrada logičke matrice * Razvoj i planiranje projekata * Razvoj organizacije rada u multidisciplinarnim projekatima * Projektna komunikacija * Vođenje projektnih sastanaka * Zaključak multidisciplinarnih projekata | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave koje je određeno prema Pravilniku o studiranju te aktivno sudjelovanje u nastavi. Redovito pohađanje predavanja i seminara omogućuje polaganje kolegija putem kolokvija. Studenti koji ne polože kolokvije pristupaju pisanom ispitu.Student je obvezan izraditi samostalni zadatak u kojem će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija odnosno izvršiti ostale predviđene obveze na kolegiju. Izvršavanjem obveza student može pristupiti ispitu. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/  AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-6 | Argumentirano sudjelovanje u nastavnom procesu | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Radni zadatak (seminarski rad) | 0,9 | 1-6 | Istraživanje, konzultiranje literature, sistematizacija, postavljanje planiranih parametara, izrada seminarskog zadatka, donošenje zaključaka, priprema prezentacije i izlaganje. | Evaluacija kvalitete izrade radnog zadatka, prezentacija i argumentacija danih zaključaka, | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-5 | Proučavanje literature, izvršavanje drugih obveza, primjena znanja stečenog na nastavi, polaganje kolokvija i/ili pisanog ispita | Vrednovanje teorijskih znanja na temelju kvalitete dobivenih odgovora | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 | | \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Bossidy,L.,Charn,R. (2016)Realizacija: umijeće uspješne provedbe poslova i projekata .VBZ, Zagreb * OsmanagićBedenik N.. (2002) , Operativno planiranje, Školska knjiga, Zagreb * Vukičević, M., Odobašić, S. (2013). Ekonomika projekta : udžbenik za studij poslovne ekonomije, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", Zaporešić * Grbac, B., Meler, M. (2007). Realizacija poslovne ideje: od ideje do proizvoda/usluge Biblioteka Marketing za poduzetnike, Zagreb * Cova, B., Ghauri, P., Salle, R. (2011) Projektni marketing : više od nadmetanja cijenama, Algoritam : Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", Zaprešić * Šimović, V., Zovko, V., Bobera, D. (2011) Projektni menadžment i informacijska potpora, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Krčelić", Zaprešić, 2011. * Priručnik za provedbu projekata financiranih iz Europskog socijalnog fonda 2007.-2013. ; Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (<http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/08/Prirucnik-za-provedbu-projekata-financiranih-iz-Europskog-socijalnog-fonda-2007.-2013..pdf>)   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara. Uz studentovo pažljivo praćenje nastave i vođenje bilješki, neće biti nužna druga osnovna literatura za uspješno polaganje ispita. | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Gojšić Jasenka; Horvatinčić Karolina; Jugo Gordana; Marjanović Nenad: Upravljanje projektima, Incremedia, Zagreb, 2008. * Omazić, M.A., Baljkas, S.: Projektni menadžment, Sinergija, Zagreb, 2005. * Majstorović, V.: Projektni menadžment, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2010. * PMI:A guide to Project Management- Body of Knowledge (PMBOK – Guide), 2004. * Goldstein, S. (2015) Poduzetništvo u kreativnim industrijama, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * ažurno vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju radnog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Opće informacije** | | |
| **Naziv predmeta** | Organizacija medijskih kampanja | |
| **Nositelj predmeta** | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica | |
| **Suradnik na predmetu** | dr. sc. Damir Španić, naslovni asistent | |
| **Studijski program** | Diplomski studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| **Šifra predmeta** |  | |
| **Status predmeta** | Izborni kolegij | |
| **Godina** |  | |
| **Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave** | **ECTS koeficijent opterećenja studenata** | 3 |
| **Broj sati (P+V+S)** | 45 (30+15+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. OPIS PREDMETA** | | | | | | | | | |
| * 1. *Ciljevi predmeta* | | | | | | | | | |
| Cilj je kolegija upoznati studente s teorijskim temeljima i praktičnim aspektima odnosa s javnošću i njihove uloge u društvu, zahtjevima profesionalnog rada u medijima, promotivnim aktivnostima i medijskima kampanjama. Kolegij ima za cilj i ovladavanje osnovama odnosa s medijima, s naglaskom na tehnike i instrumentarij odnosa s medijima. Studenti će razvijati kritičku samosvijest te otvorenost za sudjelovanje i stvaranje kreativne komunikacije. Cilj je osposobiti studente (putem nastave, interaktivne diskusije i praktičnih vježbi) za rad u različitim segmentima odnosa s medijima i srodnim područjima. Uputiti studente u osnove teorije i metodologije strateškog komuniciranja, te im pomoći u daljnjoj specijalizaciji na tom području. | | | | | | | | | |
| * 1. *Uvjeti za upis predmeta* | | | | | | | | | |
| *-* | | | | | | | | | |
| * 1. *Očekivani ishodi učenja za predmet* | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Koristiti spoznaje o teorijskim aspektima rada s medijima te ih primijeniti u praksi 2. Razlikovati oblike i modele komuniciranja u radu s medijima 3. Prepoznati sfere utjecaja i shvatiti koristi odnosa s medijima kao instrumenata strateškog komuniciranja 4. Napraviti raspored realizacije osnovnih koraka u medijskoj kampanji 5. Prepoznati i analizirati kategorije ciljne publike te razumjeti činjenicu da postoje različite ciljne publike s različiti mišljenjima, stavovima i vjerovanjima 6. Razviti opće i specifične kompetencije | | | | | | | | | |
| * 1. *Sadržaj predmeta* | | | | | | | | | |
| * Uvod - odnosi s medijima * Teorije komunikacijskog menadžmenta * Komuniciranje s tržištem * Organizacijsko komuniciranje - planiranje i upravljanje kampanjama * Definiranje komunikacijskog tima * Definiranje strategije i taktika * Definiranje ciljnih skupina, * Razvijanje i dizajniranje poruka * Teme i stilovi kampanje * Komunikacijski proces i javno mnijenje * Istraživanja u komunikacijskom menadžmentu I strateško planiranje kampanja * Osnove rada s medijima i odašiljanje medijskih poruka * Evaluacija rada s medijima i evaluacija poruke u javnom mnijenju * Studija slučaja | | | | | | | | | |
| * 1. *Vrste izvođenja nastave* | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. *Komentari* | | | - | | | | | | |
| * 1. *Obveze studenata* | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. *Praćenje rada studenata* | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,25 | Aktivnost u nastavi | | 0,25 | Seminarski rad |  | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit | | \*2 | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 2\* | Referat |  | | Praktični rad | 0,5 |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. *Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja* | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **\* NASTAVNA METODA** | **ECTS** | **ISHOD UČENJA** | **AKTIVNOST STUDENTA** | **METODA PROCJENE** | **BODOVI** | | | **min** | **max** | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,25 | 1-6 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 0 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,25 | 1-6 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Praktični rad | 0,5 | 1-6 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Usmeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2 | 1-6 | Priprema za provjeru znanja, usmena provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| *1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)* | | | | | | | | | |
| 1. Broom, G.M. i Sha, B.L. (2013). Cutlip's and Center's Effective Public Relations, 11the Edition, Essex, Pearsons – poglavlja 1,3,4.  2. Jugo, D. (2013.): Strategije u odnosima s javnošću, Profil, Zagreb.  3. Belch, G. & Belch, M. (2011). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Persepctive, 8th Edition, NY, McGraw-Hill  4. Blakeman, R. (2007). Integrated Marketing Communications: Creative Strategy from Idea to Implementation, UK, Rowman and Littlefield Publishers  5. Sriramesh, K. I Verčič, D. (2003) The Global Public Relations Handbook – Theory, Research and Practice, London, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, poglavlja 3, 5.  6. Kotler, P. I Keller, K.L. (2016). Marketing Management, 15th Global Edition, Pearson  Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| *1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)* | | | | | | | | | |
| * Schultz, D.E., Schultz, H., IMC – The Next Generation: Five Steps for Delivering Value and Measuring Financial Returns, NY, McGraw-Hill * Tkalac Verčič, A. (2004) Marketing i odnosi s javnošću – uloge, granice i odnosi, Tržište, vol. XVI, 2004, br. ½, 39-52 * Kotler, P. (2004) Ten deadly marketing sins – signs and solutions, NJ, Wiley * Oliver, S.M. (2004). A Handbook of Corporate Communication and Public Relations – Pure and Applied, London and NY, Routledge, Taylor and Francis Group – poglavlja 1 – 4. | | | | | | | | | |
| *1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija* | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Razvoj imidža i brenda | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, visa asistentica | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-50 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (0+45+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru ovoga kolegija osnovni cilj je ovladati osnovnim pojmovima i alatima te shvatiti važnost i steći vještine strateškoga upravljanja identitetom, imidžem, ugledom i brendovima. Također, cilj je, pomoću usvajanja pojmova i tehnika brendinga u kulturi i umjetnosti te odnosa kulturnih institucija s medijima razumjeti kako se različiti projekti i istupi u medije predstavljaju alate i tehnike pomoću kojih se dopire do ciljnih javnosti | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Primijeniti osnovne sposobnosti rada u timu i razvit će osnovne vještine formiranja promotivne kampanje u kulturnim i kreativnim industrijama 2. Definirati, identificirati i kategorizirati temeljne pojmove vezane uz identitet, imidž, ugled i brendove 3. Analizirati konkretne primjere upravljanja identitetom, imidžom, ugledom i brendovima u korporativnoj i društvenoj sferi 4. Pomoću integrirane marketinške i medijske komunikacije primijeniti stečena znanja u strateškom upravljanju identitetom, imidžom, ugledom i brendovima. | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Osnove teorije imidža i brendiranja * Kreativne i kulturne industrije – pojmovno određenje * Medijske industrije i odnosi s medijima * Kultura - brendiranje, odnosi s javnošću i komunikacija baštine * Proces oblikovanja identiteta, imidža i reputacije * Industrija zabave i kulturne industrije * Imidž, upravljanje ugledom i komunikacije kulture * Organizacijska kultura * Razlika brend-proizvod. Elementi identiteta brenda * Vrste brendova. Smjernice stvaranja uglednih organizacija i korporativnih brendova * Činitelji promjena u upravljanju identitetom, imidžom, ugledom i brendovima * Strateško upravljanje identitetom, imidžem i ugledom organizacije * Integrirana marketinška komunikacija – definiranje procesa ciljnoga marketinga * Strategija marketinškoga miksa * Studija slučaja | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje i aktivno sudjelovanje u nastavi, izradu projektnih zadatak kojima će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija, a posebice polaganje završnoga ispita u obliku individualnoga rada. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,45 | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad | |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pisani ispit | 0,6 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat | |  | Praktični rad | 1,5 |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,45 | 1-4 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 7,5 | 15 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-4 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje postavljenih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Pisani ispit (kolokvij) | 0,6 | 2-4 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 0 | 20 | | Praktični rad | 1,5 | 1-4 | Priprema za ispitni praktični individualni rad, individualni praktični rad | Praktična i javna provjera stečenoga znanja, stručna evaluacija kvalitete praktičnoga rada | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Olins, Wally (2008). Brendovi – marke u suvremenom svijetu, Zagreb: Golden marketing. * Vranešević, Tihomir (2007) Upravljanje markama, Accent, * Tomić, Z. (2016). Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Synopsis, Zagreb | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Skoko, B.: Razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb * Pavlek, Z.: BRANDING – Kako izgraditi najbolju marku, Zagreb * Tanja Kesić (2003). Integrirana marketinška komunikacija, Opinio * Zvonimir Pavelić (2008). Branding – kako izgraditi najbolju marku, MEP * Božo Skoko (2005). Hrvatska - identitet, image i promocija, Školska knjiga * William L. Benoit, Pamela, J. Benoit (2013). Persuazivne poruke – proces utjecanja, Slap | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pisanoga dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju praktičnoga individualnoga rada | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Praksa/asistentura u menadžmentu | |
| Nositelj predmeta | Mentori | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-KM-07 | |
| Status predmeta | Obvezni stručni kolegij | |
| Godina | 2. godina (ljetni semestar) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (0+60+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj stručne prakse je upoznavanje s principima rada u struci u okviru domaćih i stranih tvrtki, institucija, udruga ili radom na provedbi projekata. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Studenti će nakon završene stručne prakse moći :  1.analizirati tržište te izraditi marketinški plan,  2.koristiti digitalne i poslovne internetske alate, programe i opremu specifične za djelokrug rada institucije u kojoj su obavljali praksu,  3. pisano i usmeno komunicirati s poslovnim i projektnim partnerima  4. Prezentirati projekt  5. izraditi plan poslovanja ili operativni plan projekta | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| Obavezna praksa/asistentura izvodi u sklopu bilo koje institucije, udruge ili tvrtke u kulturi i kreativnim industrijama, a pod mentorstvom nastavnika kod kojeg student odabire temu za diplomski rad ili drugog odabranog nastavnika studijskog programa. Također, praksa se može odraditi za bilo koju udrugu, instituciju, korporaciju, stranku ili neovisno o sektoru ukoliko student asistira na poslovima iz područja ekonomskih znanosti. Praksa nije nužno vezana za godinu studija već se realizira u dogovoru i uz dopuštenje mentora tijekom cijelog studija, a student stječe bodove u IV. Semestru.  Studenti su obavezni tijekom trajanja studija realizirati barem jednu praksu. Jedna se opisana praksa ubraja u obavezan broj ECTS bodova dok se eventualne dodatne prakse upisuju u dodatak diplomi. | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje praktične nastave i aktivnog sudjelovanja u radu institucija, udruga ili tvrtki. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0 | Aktivnost u nastavi | | 0 | Seminarski rad | 0 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 0 | Usmeni ispit | | 0 | Esej | 0 | | Istraživanje |  |
| Projekt | 0 | Kontinuirana provjera znanja | | 0 | Referat | 0 | | Praktični rad | 5 |
| Portfolio | 0 |  | | 0 |  |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Praktični rad | 1 | 1-5 | Prisutnost na praksi  Istraživanje, konzultiranje literature, postavljanje planiranih parametara, aktivno sudjelovanje u radu i izvršavanje drugih obveza s ciljem primjene znanja stečenog tijekom diplomskog studija | Vrednovanje stečenih praktičnih znanja na temelju kvalitete rada i angažmana u provedbi preuzetih zadataka | 50 | 100 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Ažurno vođenje evidencije o redovitom pohađanju studentske prakse. * Potvrda poslodavca/mentora s prijedlogom ocjene | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | “Visoko" i "nisko" u kulturi i književnosti | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Igor Gajin | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Šifra predmeta | MA-MM-14 | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Naziv predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Predmet problematizira strukturnu opoziciju «visoko»-«nisko» te s tim u vezi «trivijalno» i «kanonizirano» u književnosti, ali i u različitim kulturnim i umjetničkim praksama. Analiziraju se fenomeni kiča, šunda, „campa“, pučke kulture i masovne umjetnosti (sapunice, „chick-lit“, „trash“, reality show). Poseban je naglasak stavljen na književnost, što znači da se obrađuje književnopovijesna pojavnost «žanra» (europski okvir i hrvatske specifičnosti) te različiti procesi «raslojavanja» književnosti i strategije poetičke «manipulacije». Na drugoj strani teorijski se elaborira problem kanona i načini kanonizacije autora i tekstova. U obzoru su interesa i različiti fenomeni i emanacije popularne kulture i oblici zabave društva spektakla, kao i postmodernističke «primjene» visokoga i niskoga unutar istoga teksta. Analiziraju se fenomeni aksiologije, povijest i diferencijacija ukusa, načini teorijske analize i kritičke valorizacije tekstova. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| 1. Interpretirati aktualne teorijske i metodološke aspekte u proučavanju kulturnih i umjetničkih praksi 2. Vrednovati književne i kulturne predloške 3. Protumačiti odnos između „visokog“ i „niskog“ u književnosti 4. Interpretirati kanonske i nekanonske umjetničke oblike | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * 1.Tri estetike: kvalitete, inovacije i istovjetnosti; * Problemi i načini vrednovanja u umjetnosti; * Književnost elite i za elitu; * Raslojavanje umjetnosti; kulturna industrija; * Kič i teorije kiča; * Kič predmet ili kič-čovjek?; * Raslojavanje književnosti: žanrovski romani; * Tipovi žanrovskih romana i njihova povijest; * Romani u nastavcima i „sveščići“; * Fenomeni M. Jurić Zagorke i J. Matka; * Pojam kanona i kanonizacije u književnosti; * Usporedba tekstova elitne („visoke“) i „niske“ književnosti; * Masovna kultura; * 14. Oblici masovne kulture | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| * 1. Komentari | | |  | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Redovito pohađanje nastave; pisanje samostalnoga semestralnog rada; pismeni ispit | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave |  | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad | | 0,45 | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 2,1 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat | |  | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | Min | max | | kombinacija metoda (verbalne metode (monološka i dijaloška), metoda demonstracije, metode aktivnog učenja) | 0,45 | 1, 2, 3, 4 | Aktivnost u nastavi | Evidencija pristupanja predavanjima. Studenti su obvezni u skladu s Pravilnikom o studijima i studiranju Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku prisustvovati na barem 70% nastave propisane studijskim programom. | 7,5 | 15 | | RWCT metoda, metoda usmenog izlaganja | 0,45 | 1, 2, 3 | Seminarski rad | Svaki student obvezan je u definiranom vremenskom periodu pripremiti seminarski rad te ga prezentirati. | 7,5 | 15 | | Kombinacija metoda (metoda čitanja i rada na tekstu, metoda demonstracije) | 2,1 | 1, 2, 3, 4 | Pismeni ispit | Pismena provjera razine usvojenog znanja | 35 | 70 | |  | 3 |  | Ukupno |  |  | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Gillo Dorfles, Kič – antologija lošeg ukusa. Golden marketing, Zagreb, 1997; * Matei Calinescu, Lica moderniteta, Stvarnost, Zagreb, 1988; * Milivoj Solar, Laka i teška književnost, MH, Zagreb, 1995; * Vera Horvat Pintarić, Od kiča do vječnosti, EPH Media, Zagreb, 2013. | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Stanko Lasić, Poetika kriminalističkog romana, Liber, Zagreb, 1973; * Guy Debord, Društvo spektakla. Arkzin, Zagreb, 1999; * Eric Havelock, Muza uči pisati, AGM, Zagreb, 2002; * Milivoj Solar, Retorika postmoderne, MH, Zagreb, 2005. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| Anonimna evaluacija studenata putem jedinstvene sveučilišne ankete. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Europski trendovi u produkciji | |
| Nositelj predmeta | prof. dr. art. Darko Lukić | |
| Suradnik na predmetu | Iris Tomić, asistentica | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturnim i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-52 | |
| Status predmeta | izborni stručni | |
| Godina |  | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (15+45+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| |  | | --- | | Cilj kolegija je upoznati studente s pojedinim fazama profesionalne produkcije, s naglaskom na inozemnim specifičnostima medijskog i audiovizualnog tržišta. Upoznavanje s potporama u financiranju audiovizualnog sektora u Europi. Posebna pozornost posvećena je istraživačkom radu studenata. | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| Nema posebnih uvjeta za upis ovog predmeta. | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon završetka kolegija student će moći:   1. definirati sve faze produkcije 2. prepoznati zakonitosti filmske produkcije te medijskog i audiovizualnog tržišta u europskom kontekstu 3. planirati pripremu projekta 4. prepoznati međuovisnost kreativnih i komercijalno tržišnih aspekata filma 5. planirati nastaviti svoje informiranje o međunarodnom audiovizualnom sektoru 6. proučiti proces nastanka, razvoja i plasmana medijskih i audiovizualnih projekata 7. provjeriti prijave za različite međunarodne i nacionalne natječaje | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta * Uvodno predavanje o predmetu, načinu vođenja nastave te obavezama studenata. * Upoznavanje s osnovnim pojmovima i univerzalnim modelom proizvodnje filma. * Međunarodni produkcijski model: 1. Razvoj scenarija i projekta, 2. Priprema i osiguravanje financijskih sredstava, 3. Snimanje, Međunarodni produkcijski model: 4. Postprodukcija, 5. Plasman, distribucija i prikazivanje * Izvori financiranja audiovizualnog sektora u Europi * Analiza sustava izravnih i neizravnih potpora * Sustavi javnih europskih potpora - programi MEDIA i Euroimages * Pravni aspekti međunarodnih filmskih koprodukcija; Europska konvencija o kinematografskoj koprodukciji. Studentske analize odabranih europskih filmskih projekata * Studentske analize odabranih europskih filmskih projekata * Studentske analize odabranih europskih filmskih projekata * Gostujuća predavanja / radionice | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_ | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Studenti su dužni redovito pohađati nastavu, te u njoj aktivno sudjelovati. Izraditi zadane vježbe i sudjelovanje u analizama i diskusijama na nastavi. Redovito prezentirati svoje zadatke temu te ih postepeno nadograđivati i razvijati. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,45 | Aktivnost u nastavi | | 0,45 | Seminarski rad |  | Eksperimentalni rad | |  |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit | | 0,6 | Esej |  | Istraživanje | | 1,5 |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | |  | Referat |  | Praktični rad | |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  |  | |  |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA \*\* | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0,45 | 1-7 | prisustvovanje nastavi | evidencija | 7,5 | 15 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-7 | aktivnost u nastavi | evidencija | 0,5 | 15 | | Praktični rad | 1,5 | 1-7 | Demonstracija usvojenog gradiva, prikazivanje plana snimanja i produkcije | Kontinuirano praćenje tijekom semestra, završna prezentacija rada, evaluacija radova | 20 | 50 | | Usmeni ispit | 0,6 | 1-7 | Demonstracija usvojenog gradiva | Javna provjera | 2,5 | 20 | | Ukupno | 3 |  |  |  | 50 | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| |  | | --- | | * Lange, A., Westcott, T.: Public Funding for Film and Audiovisiual Works in Europe - Comparative Approach, European Audiovisual Observatory, Strassbourg, 2004. * Europska konvencija o kinematografskoj koprodukciji * Gates, Richard: Production management for film and video, Focal press, 1992. | | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Mihletić, Vedran: Kreativna produkcija: film, televizija, audiovizualni i multimedijski projekti, Zagreb, Kult film, 2008. * Levinson, Louise: Filmmakers and Financing, Routhledge, 2017. | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.  Ažurno vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita.  Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu zadanih vježbi. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Opće informacije** | | |
| **Naziv predmeta** | Zakonodavstvo u medijima i kulturi | |
| **Nositelj predmeta** | doc. dr. sc. Marina Jambrešić | |
| **Suradnik na predmetu** |  | |
| **Studijski program** | Diplomski studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama i Mediji i odnosi s javnošću | |
| **Šifra predmeta** | MA-MM-59 | |
| **Status predmeta** | Izborni | |
| **Godina** |  | |
| **Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave** | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 30+0+15 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **OPIS PREDMETA** | | | | | | | | | |
| * 1. ***Ciljevi predmeta*** | | | | | | | | | |
| Cilj je kolegija upoznati polaznike s osnovnim postulatima i pojmovima iz područja pravnih znanosti, medijskog zakonodavstva i zakonodavstva vezanog uz osnivanje i rad kulturnih institucija. | | | | | | | | | |
| * 1. ***Uvjeti za upis predmeta*** | | | | | | | | | |
| Nema uvjeta | | | | | | | | | |
| * 1. ***Očekivani ishodi učenja za predmet*** | | | | | | | | | |
| 1. Navesti i opisati temeljne pojmove medijskog zakonodavstva (europskog i hrvatskog zakonodavstva), kao i temeljne pojmove zakonskih i drugih propisa u području kulture s posebnim naglaskom na osnivanje i rad kulturnih institucija 2. Prepoznati ključne elemente europskog i hrvatskog zakonodavstva vezanog za slobodu i ograničenja izražavanja misli, kao i za rad ustanova u kulturi i kulturnim industrijama 3. Ocijeniti granice slobode izražavanja misli, gdje prestaje sloboda izražavanja, a počinje govor mržnje, tj. samostalno prepoznati kršenje medijskih prava i sloboda, kao i drugih aspekata kršenja ljudskih prava relevantnih za područja medija i kulture 4. Argumentirano diskutirati o suvremenim ugrozama medijskog zakonodavstva (govor mržnje, poticanje na počinjenje kaznenih djela putem medija) 5. Identificirati ključne točke medijskog zakonodavstva koje su relevantne za budući praktični rad 6. Osposobiti za kritičko promišljanje stanja medijskog zakonodavstva, zakonodavstva u kulturi i reguliranja medijskih sloboda u Republici Hrvatskoj | | | | | | | | | |
| * 1. *Sadržaj predmeta* | | | | | | | | | |
| 1. IZVORI MEDIJSKOG ZAKONODAVSTVA  2. SLOBODA MEDIJA  3. SLOBODA IZRAŽAVANJA  - primjeri prakse hrvatskih i europskih sudova  4. ODNOS SLOBODE IZRAŽAVANJA I KLEVETE –  - povlačenje granice kroz praksu Europskog suda za ljudska prava  5. VRIJEDNOSNI SUD vs. ČINJENICE U MEDIJSKOJ OBJAVI – posljedice i odgovornost novinara  6. ZAKONODAVSTVO U KULTURI I KREATIVNOJ INDUSTRIJI  - Osnivanje kulturnih institucija  - Zakonski okvir za upravljanje ustanovama u kulturi  - Nadzor nad radom kulturnih institucija  - Prestanak rada kulturnih institucija  7. KULTURNA PRAVA U EUROPSKOJ UNIJI | | | | | | | | | |
| * 1. ***Vrste izvođenja nastave*** | | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | |
| * 1. ***Komentari*** | | | | |  | | | | |
| * 1. ***Obveze studenata*** | | | | | | | | | |
| Redovito pohađanje nastave, sudjelovanje u raspravama te izrada i prezentacija seminarskog rada. | | | | | | | | | |
| * 1. ***Praćenje rada studenata*** | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,30 | Aktivnost u nastavi | 0,60 | Seminarski rad | | 0,60 | Eksperimentalni rad | |  |
| Pismeni ispit | 1,50 | Usmeni ispit |  | Esej | |  | Istraživanje | |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja |  | Referat | |  | Praktični rad | |  |
| Portfolio |  |  |  |  | |  |  | |  |
| * 1. ***Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja*** | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **\* NASTAVNA METODA /AKTIVNOST** | **ECTS** | **ISHOD UČENJA \*\*** | **AKTIVNOST STUDENTA** | **METODA PROCJENE** | **BODOVI** | | | **min** | **max** | | Pohađanje nastave | 0,30 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 3 | 10 | | Aktivno sudjelovanje u nastavi | 0,60 | 1-5 | Predavanje, rasprava | Praćenje aktivnosti studenata | 7 | 20 | | Seminarski rad, prezentacija seminarskog rada | 0,60 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 10 | 20 | | Pismeni ispit | 1,50 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30 | 50 | | Ukupno |  |  |  |  | 50 | 100 | | | | | | | | | | |
| * 1. ***Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)*** | | | | | | | | | |
| * Alaburić, Vesna: Sloboda izražavanju u Republici Hrvatskoj, Press dana, Zagreb, 1998. * Alaburić, Vesna: Ograničavanje „govora mržnje“ u demokratskome društvu – teorijski, zakonodavni i praktični aspekti – I. i II. dio, HRVATSKA PRAVNA REVIJA – siječanj, veljača 2003. * Antolović, J., Jelić T.: Pravo i kultura, HADRIAN d.o.o. za usluge i trgovinu, Zagreb, 2013. | | | | | | | | | |
| * 1. ***Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)*** | | | | | | | | | |
| * Curran, James: Media and Democracy, Routledge, 2011. * Peruško Čulek, Zrinjka: Demokracija I mediji, Barbat, Zagreb, 1999. * Arlović, Mato: **Pravo na slobodu izražavanja misli (ustavnopravni okvir i ustavnosudska praksa u Republici Hrvatskoj),** [Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu,](https://hrcak.srce.hr/zbornik-radova-pfs) [Vol. 53 No. 2, 2016](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=toc&id_broj=12700) * Uzelac, A., Obuljen Koržinek, N., Primorac, J.: Pristup kulturi u digitalnom prostoru: aktivni korisnici, ponovno korištenje sadržaja i kulturne politike, Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, Vol. 22 No. 1, 2016. * Ustav Republike Hrvatske – relevantne odredbe * Konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda – relevantne odredbe * Međunarodni pakt o političkih i građanskim pravima – relevantne odredbe * Povelja EU o temeljnim pravima * Zakon o medijima * Zakon o elektroničkim medijima * Zakon o HRT * Zakon o pravu na pristup informacijama * Kazneni zakon – relevantne odredbe * Zakon o obveznim odnosima – relevantne odredbe * Zakon o upravljanju javnim ustanovama u kulturi * Zakon o ustanovama | | | | | | | | | |
| * 1. ***Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija*** | | | | | | | | | |
| ISPIT: polaganje 2 pisana kolokvija ili pisanog ispita.  SEMINAR: napisan, prezentiran i predan seminarski rad. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Imidž i brendiranje u kulturi i kreativnim industrijama | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić  izv. prof. dr. sc. Marina Đukić | |
| Suradnik na predmetu | Katarina Horvat, naslovna asistentica | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-38 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 5 |
| Broj sati (P+V+S) | 60 (45+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Sa strateške točke gledišta odnosi s javnošću u sektorima kulture i umjetnosti sve više funkcioniraju kao dio strategije brandiranja. Pojašnjavajući kulturne institucije danas se govori i o sve prisutnijim kulturnim industrijama. Unutar ovoga dijela obrađuje se marketing i branding u kulturi i umjetnosti, ali se govori i o dijelu odnosa s medijima unutar kulturnih institucija te kako se projekti za medije, ekskluzivne informacije te dodjele nagrada predstavljaju alate i tehnike pomoću kojih se dopire do ciljnih javnosti. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Objasniti osnovna znanja o teorijsko‐metodološkim osnovama OSJ te kulturnih i kreativnih industrija 2. Primijeniti odabrane metode rada u različitim područjima OSJ, rad u oglasnim agencijama ili drugim srodnim područjima 3. Izraditi bazu za kritičko promišljanje i razvijanje prakse OSJ 4. Primijeniti metode pretraživanja znanstvene literature 5. Primijeniti osnovne sposobnosti rada u timu i razvit će osnovne vještine formiranja promotivne kampanje u kulturnim i kreativnim industrijama | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Osnove teorije imidža i brandiranja * Kreativne i kulturne industrije – pojmovno određenje * Kulturne i kreativne industrije kao generator inovacija * Medijske industrije i odnosi s medijima * Kultura - brendiranje, odnosi s javnošću i komunikacija baštine * OSJ u kulturi, umjetnosti, zabavi i slobodnom vremenu. * Pregled kreativnih industrija - uloga OSJ u kreativnim industrijama * Ciljevi, strategije i taktike OSJ kod organizacija u kulturi i umjetnosti. * Proces oblikovanja identiteta, imidža i reputacije * Industrija zabave i kulturne industrije * Celebrityji i OSJ - pozadina i povijesni razvoj * Pojava celebrityja, novinari, prektičari za OSJ i industrija OSJ * Celebrityji i globalna industrija celebrityja * Imidž, upravljanje ugledom i komunikaacije kulture * Studija slučaja | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | | 1,5 | Seminarski rad | 3 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 5\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,5 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,5 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 1,5 | 2-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 5 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Tomić, Z.: Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Synopsis, Zagreb * Green A.: Kreativnost u OSJ, HUOJ, Zagreb * Tench R., Yeomans L.: Otkrivanje OSJ, Print, Zagreb * Dţon Hartli, Kreativne industrije, Clio, Beograd | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Skoko, B.: Razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb * Pavlek, Z.: BRANDING – Kako izgraditi najbolju marku, Zagreb | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Uvod u znanstveno-istraživački rad | |
| Nositelj predmeta | izv. prof. dr. sc. Borko Baraban | |
| Suradnik na predmetu | dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica | |
| Studijski program |  | |
| Šifra predmeta | MAKU-050 | |
| Status predmeta | izborni | |
| Godina |  | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 40 (30+0+10) |

|  |
| --- |
| 1. OPIS PREDMETA |
| 1.1. Ciljevi predmeta |
| Cilj je kolegija je pružiti studentima temeljna znanja o znanstvenoistraživačkom radu (teorijska i praktična) i osposobiti ih da ta znanja samostalno primjene u izradi stručnih radova (seminarskih, diplomskih), odnosno u vlastitim istraživanjima. Također, cilj je ovladati akademskim pismom na diskurzivnoj razini (metodološko mišljenje), kao i na leksičkoj (usvojenost stručnih termina), kao i ovladavanje formalizmom u oblikovanju stručnoga rada. Cilj ovoga kolegija podrazumijeva i elementarno razlikovanje tipova publicističkih i znanstveno-istraživačkih radova u rasponu od osvrta, kritike i eseja do seminara, stručnog rada i diplomskog rada. |
| 1.2. Uvjeti za upis predmeta |
| Nema posebnih uvjeta za upis predmeta |
| 1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet |
| Nakon položenog ispita iz ovog kolegija student će moći:   1. Samostalno izraditi stručni rad (seminarski, dipl.) uz pravilno navođenje podataka, izradu sažetka i ključnih riječi te popisa bibliografskih referenca. 2. Klasificirati znanstveni rad, znanstvena istraživanja i opisati metode istraživanja 3.Klasificirati i samostalno pretraživati baze podataka |
| 1.4. Sadržaj predmeta |
| * Važnost znanosti u razvoju društva, pregled razvoja znanosti, klasifikacija znanosti. * Znanstveno istraživački rad. Vrste znanstvenih istraživanja. Odabir teme istraživanja. Odabir relevantnih izvora.   Utvrđivanje cilja znanstveno istraživačkog rada. Odabir metoda znanstvenog istraživanja.   * Kategorizacija znanstvenih radova. Pisanje izvornog znanstvenog rada i ostalih znanstvenih radova. Pisanje stručnog rada. Citiranje literature. Pisanje sažetka. Ključne riječi. Bibliografske reference. * Priprema i predstavljanje rada. Power point. Objavljivanje rezultata znanstvenog rada. * Znanstveni časopisi. Elektronički časopisi. * Pisanje eseja, seminarskog, diplomskog rada. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| \* NASTAVNA METODA | ECTS | ISHOD  UČENJA  \*\* | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | |
| min | max |
| Pohađanje nastave i  aktivnost u nastavi | 1,2 | 1-3 | aktivno sudjelovanje na predavanjima, seminarima, terenskoj nastavi, radionicama, sustavno praćenje preporučene literature, domaći zadatci | Evidencija i interakcija na nastavi | 20 | 40 |
| Seminarski rad i  istraživanje | 0,9 | 1-3 | Istraživanje, konzultiranje literature, sistematizacija, priprema prezentacije i izlaganje. | Evaluacija ostvarenog rada prema parametrima postavljenima u ciljevima i ishodima kolegija | 15 | 30 |
| Kontinuirana provjera znanja | 0,9 | 1-3 | provjera znanja putem kolokvija | Točni i netočni  odgovori. | 15 | 30 |
| Ukupno | 3 |  |  |  | 50 | 100 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Bibliografije i druge referentne publikacije. Upoznati studente s vrijednostima i značajem bibliografskih zapisa, temeljnih   izvora informacija. Bibliografije, njihov značaj, vrste, struktura i oblici, načini izrade i norme za izradu bibliografija.   * Dostupne e-baze podataka i besplatnih e-izvora. (Centar za online baze podataka) Vrste baza podataka. Pretraživanja baza podataka, bibliografskih, citatnih, statističkih i baza punih tekstova. Načela i postupci pri pretraživanju baza podataka CROLIST, Current contents (CC) i drugih relevantnih izvora. Oblikovanje upita za pretraživanje. Predmetno pretraživanje. Kriteriji vrednovanja elektroničkih informacija. * Studenti seminarskim radovima prezentiraju usvojena znanja: u odabiru teme, relevantnih izvora, u izradi samostalnog stručnog rada, pisanju sažetka, ključnih riječi, kao i u pravilnom navođenju podataka iz preuzetih izvora i izradi popisa bibliografskih referenca. * Znanstveno istraživačka čestitost. | | | | | | | | | |
| 1.5. Vrste izvođenja nastave | | | | | | predavanja seminari i radionice vježbe  obrazovanje na daljinu terenska nastava | | | samostalni zadaci multimedija i mreža laboratorij mentorski rad ostalo |
| 1.6. Komentari | | | | | |  | | | |
| 1.7. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Uvjet za pristupanje ispitu je redovito pohađanje nastave (najmanje 80 posto prisutnosti na nastavi) i izvršavanje zadataka tijekom kolegija. Izrada tri seminarska rada od čega pisanje eseja (5 bodova), stručnog rada (10 bodova), diplomskog rada ili većeg znanstvenog eseja (15 bodova). | | | | | | | | | |
| 1.8. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje  nastave | 0,6 | Aktivnost u nastavi | 0,6 | Seminarski rad | 0,5 | | Eksperimentalni rad |  | |
| Pismeni ispit |  | Usmeni ispit |  | Esej |  | | Istraživanje | 0,4 | |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | 0,9 | Referat |  | | Praktični rad |  | |
| Portfolio |  |  |  |  |  | |  |  | |
| 1.9. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| 1. Kniewald, J. Metodika znanstvenog rada, Multigraf, Zagreb, 1993. (odabrana poglavlja) 2. Silobrčić, V. Kako sastaviti, objaviti i ocijeniti znanstveno djelo, peto dop. izd., Medicinska naklada, Zagreb, 2003. str. 12-150. 3. Silobrčić, V. „Slobodan pristup ocijenjenim znanstvenim informacijama: Moguća budućnost informiranja znanstvenika“, Vjesnik bibliotekara Hrvatske 50, volumen 1-2/2007. str. 51-61. 4. Toth, T. Online pretraživanje baza podataka, Drip, Zagreb, 1995. | | | | | | | | | |
| 1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| (jedna knjiga prema izboru)   1. Erl, V. „Bibliografski zapisi Osijeka“, Književna revija43, volumen 3/2003. str. 61-73. 2. Lelas, S. i Vukelja, T. Filozofija i znanost, Školska knjiga, Zagreb, 1996. (odabrana poglavlja) 3. Marušić, M. Uvod u znanstveni rad u medicini, treće, obnovljeno i dop. izd., Medicinska naklada, Zagreb, 2004.   (odabrana poglavlja)   1. Radovan, M. Baza podataka, Informator, Zagreb, 1993.   Mrežni izvori prema temama odnosno područjima zanimanja studenata | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| Provedba jedinstvene sveučilišne ankete među studentima za ocjenjivanje nastavnika koju utvrđuje Senat Sveučilišta Praćenje i analiza kvalitete izvedbe nastave u skladu s Pravilnikom o studiranju i Pravilnikom o unaprjeđivanju i osiguranju kvalitete obrazovanja Sveučilišta  Razgovori sa studentima tijekom kolegija i praćenje napredovanja studenta. | | | | | | | | | |

* Uz svaku aktivnost studenta/nastavnu aktivnost treba definirati odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta.

\*\* U ovaj stupac navesti ishode učenja iz točke 1.3 koji su obuhvaćeni ovom aktivnosti studenata/nastavnika.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Migracijski procesi u EU i kulturni identitet EU | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Marina Jambrešić | |
| Suradnik na predmetu | izv. prof. dr. sc. Damir Šebo | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-19 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina |  | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 30 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| U okviru predmeta Migracijski procesi u EU i kulturni identitet EU daje se uvid kako u unutarnje, tako i vanjske dimenzije migracijskog prava i politike EU. Cilj je predmeta osposobiti studente za razumijevanje migracijskog procesa u EU i njezinog utjecaja na kulturni identitet , te važnost poštivanja ljudskih prava u kontekstu migracijskog prava EU. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Objasniti evoluciju i institucionalni okviru u području migracijskog prava i politike EU 2. Razumjeti učinke ljudskih prava na migracijsko pravo EU 3. Prepoznati učinke migracijskih procesa na kulturni identitet EU 4. Prepoznavanje promjena u kulturnom identitetu EU-a uzrokovanih migracijskim procesima 5. Prezentirati obrazložena mišljenja u području europskog prava migracija, azila i viza | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Područje slobode sigurnosti i pravde * Azil * Imigracija * Schengen * Ljudska prava * Kulturni identitet | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 3\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog i usmenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Usmena ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Duić , D ; Migracijsko pravo EU-a i prava djeteta ; Udžbenik u okviru Jean Monnet katedre za prekogranično kretanje djeteta ( ur. Župan ,Mirela) , Pravni fakultet u Osijeku ( u procesu objave , očekivano vrijeme izdavanja travanj 2019) * Komadina, Petra; Petrašević, Tunjica. Funky Europe – a concept based on the latest developments in the communication strategies of the EU and Croatia ; Pravni vjesnik. 28 (2012) (2012) , 1; 35-55 * Milardović, A., Stranci pred vratima EuropePan liber, Institut za europske i globalizacijske studije, Zagreb, 2014. * Priručnik o europskom pravu u području azila, zaštite granica i imigracije ; Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. * Vojin Dimitrijević [et al.], Kulturna prava / Beograd, Beogradski centar za ljudska prava, 1999. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Hailbronner ; Kay, Thym, Daniel; EU immigration and asylum law : a commentary 2nd ed., Muenchen : Beck ; Oxford : Hart Publishing ; Baden-Baden : Nomos, 2016. * Vukorepa, Ivana Migracije i pravo na rad u Europskoj uniji, , Zbornik Pravnog fakulteta u Zagrebu, Vol. 68, No. 1, 2018. * Tadić, Dragović, Tadić: Migracijska i izbjeglička kriza – sigurnosni rizici za EU Polic. sigur. (Zagreb), godina 25. (2016), broj 1, str. 14-41 * Čorić, D. , EU plava karta i nadolazeće izmjene u sustavu EU plave karte, Bibliografija, Radno pravo:stručni časopis, (2017), str. 40.-50. * Lalić, Novak, Goranka, Azil: pravni i institucionalni aspekti, Zagreb, Pravni Fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Studijski centar za javnu upravu i javne financije, 2017 | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Destinacijski menadžment | |
| Nositelj predmeta | doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić | |
| Suradnik na predmetu | Marija Tolušić, univ. spec. oec., viša predavačica | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | |
| Šifra predmeta | MA-MM-33 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 45 (30+0+15) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Osnovni cilj ovoga kolegija je stjecanje osnovnih znanja o posebnostima upravljanja turističkom destinacijom s posebnim naglaskom na analiziranje konkurentnosti turističke destinacije, upravljanje imidžem i identitetom destinacije, razvijanje sposobnosti primjene planskih tehnika i modela za razvoj turističke destinacije te ukazivanje na važnost lokalnog partnerstva i suradnje u razvoju turističke destinacije. | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Pravilno tumačiti i interpretirati temeljne pojmove vezane uz upravljanje turističkom destinacijom 2. Protumačiti ulogu turističke destinacije u stvaranju kulturalnog turističkog proizvoda 3. Identificirati ulogu, značaj i ciljeve različitih interesih skupina u upravljanju turističkom destinacijom 4. Znati primjeniti određene tehnike i modele za upravljanje turističkom destinacijom 5. Objasniti koncept razvoja i faktore atraktivnosti turističke destinacije sa naglaskom na upravljanje konkurentnim identitetom 6. Razlikovati procese strateškog i marketinškog planiranja u turističkoj destinaciji 7. Analizirati konkretne primjere iz prakse te predložiti rješenja problemskih situacija 8. Opisati različite primjere organizacija za upravljanje turističkom destinacijom | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Upoznavanje sa ključnim pojmovima o destinacijskom menadžmentu * Uloga turističke destinacije u stvaranju kulturalnog turističkog proizvoda * Koncept razvoja i faktori atraktivnosti turističke destinacije * Interesne skupine u upravljanju turističkom destinacijom * Tehnike, modeli i instrumenti upravljanja turističkom destinacijom * Organizacija i koncept kulturalnih događanja na odabranoj turističkoj destinaciji * Strateško i marketinško planiranje u turističkoj destinaciji * Upravljanje imidžem i identitetom destinacije * Uloga i važnost suradnje lokalnog partnerstva u razvoju i upravljanju turističkom destinacijom * Primjeri iz prakse o uspješnom i manje uspješnom upravljanju turističkom destinacijom * Zaključna razmatranja o destinacijskom menadžment | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 1,5\* | Usmeni ispit | |  | Esej |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1,5\* | Referat |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio |  |  | |  |  |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-8 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-8 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Seminarski rad | 0,9 | 4-8 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-8 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Petrić, L., Upravljanje turističkom destinacijom, Načela i praksa, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2011. * Magaš, D., Destinacijski menadžment – modeli i tehnike, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, 2007. * Magaš, D., Management turističke organizacije i destinacije, Adamić, Rijeka, 2003. * Jelinčić, D. A., Abeceda kulturnog turizma – 2. izdanje, Meandarmedia, Zagreb, 2009. * WTO, A Practical Guide to Tourism Destination Management, 2007. , e-knjiga   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Ritichie, J.R.B., Crouch, G.I., The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective, CABI Publishing, Walingford, 2003. * Tomljenović, S., Weber, S., Reinventing a tourism destination ‐ facing the challange, Institute for tourism Zagreb, 2004. * Mason, P. Tourism Impacts, Planning and Management, Elsevier, Oxford 2006. * Weaver, D., Lawton, L., Tourism Management, John Wiley & Sons Australia,Milton, 2002. * Gunn, C. A., Var, T., Tourism Planning – Basics, Concepts, Cases, Routledge,New York, 2002. * Hall, C.M., Tourism – Rethinking the Social Science of Mobility, Prentice HallInt., 2005. * Statistička izvješća svjetske turističke organizacije i Državnog zavoda za statistiku * Trozbi, D., Ekonomika kulturne politike, Clio, Beograd, 2012. * Jelinčić, D.A., Gulišija, D., Bekić, J., Kultura, turizam, interkulturalizam, Meandarmedia, Zagreb, 2010. * Anholt, S.; Konkurentan identitet: Novo upravljanje markama država, gradova i regije, Plus d.o.o., Zagreb, 2009. | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opće informacije | | |
| Naziv predmeta | Propaganda u medijskoj kulturi | |
| Nositelj predmeta | dr. sc. Tomislav Levak, predavač | |
| Suradnik na predmetu |  | |
| Studijski program | Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću  Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturnim i kreativnim industrijama | |
| Šifra predmeta | MA-MM-48 | |
| Status predmeta | Izborni kolegij | |
| Godina | Prema izvedbenom programu | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 3 |
| Broj sati (P+V+S) | 30 (0+30+0) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | |
| Cilj kolegija je upoznavanje studenata s razvojem, načelima, tehnikama i rezultatima masovnog uvjeravanja (persuazije) i propagande, od svojih početaka u antičkim vremenima kroz razvoj klasične civilizacije, daljnji razvoj i transformaciju u ranoj modernoj Europi do globalnog tehnološkog društva. Kolegij će se baviti proučavanjem moći uvjeravanja i propagandom za vrijeme rata i u mirno doba, uključujući i oglašavanje. Cilj je osvijestiti i povećati znanje studenata o razvoju masovne propagande, kao i poboljšati njihovo analitičko i kritičko mišljenje u odnosu na moć uvjeravanja i propagandu. Također, cilj je da studenti razumiju i prepoznaju persuazivne i propagandne strategije u medijskom kontekstu – politički i medijski diskurs (uključujući i reklame). | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Definirati temeljne pojmove vezane uz propagandu – uključujući manipulaciju i prikriveno oglašavanje 2. Razumjeti i prepoznati persuazivne i propagandne strategije u političkom i medijskom kontekstu 3. Razviti svijest o medijskom i političkom diskursu (uključujući i reklame) korištenom u svrhu masovne persuazivne i propagandne diseminacije u različitim društvima i u različita vremena 4. Usvajanje povijesnog pregleda temeljnih propagandnih pristupa u masovnim medijima 5. Identificiranje temeljnih načela i tehnika korištenih za masovno uvjeravanje i propagandu 6. Prezentirati i obrazložiti određene propagandne tehnike, sredstva manipulacije i prikriveno oglašavanje 7. Interpretirati određene persuazivne i propagandne strategije komunikacije | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | |
| * Definiranje propagande, manipulacije, persuazivne komunikacije – komunikacija, manipulacija * Mediji i društvo – jezik i simboli * Propaganda – pojam i značenje, povijesni aspekt razvoja propagande i persuazivne komunikacije * Metode i sredstva propagande * Mediji i propaganda * Novi mediji i nova publika * Oglašavanje i tehnike manipulacije * Uloga propagande u novom postindustrijskom globalnom društvu | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | - | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | |  | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | \*1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej | |  | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | 1,5\* | Referat | |  | Praktični rad | 0,9 |
| Portfolio |  |  | |  |  | |  |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | \* NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Praktični rad | 0,9 | 1-7 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Chomsky, N. (2002). Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš?, Zagreb, www.zamirnet.hr/stocitas * Herman, E.S. & Chomsky, N. (2002). Manufacturing Consent: The Political Ecdonomy of the Mass Media, Pantheon * Bernays, E. 2013. Kristaliziranje javnog mišljenja. Visoka škola Kairos.Zagreb. * Bernays, E. 1928. Propaganda. URL: http://eprints.qut.edu.au.pdf * Bertrand, C.-J. 1997. Deontologija medija. ICEJ. Sveučilišna knjižara d.o.o., Zagreb. * Chomsky, N. (1997). Media Control. The Spectacular Achievments of Propaganda. NY, Seven Stories Press   Cjelokupni nastavni materijali potrebni za svladavanje predmeta i polaganje ispita biti će izloženi tijekom predavanja i seminara te objavljeni u okviru e-kolegija na portalu Loomen. | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | |
| * Šiber, I. (1991). Politička propaganda i politički marketing, Zagreb * Ogilvy, David, (1963). Confessions of an Advertising Man, New York, Atheneum * Boorstin, D.J. (1961). The Image: a Guide to Pseudo-Events in America, NY, Harper and Row * Arendt, H. (1948). Totalitarian propaganda. Totalitarian organization. In the origins Totalitarism. 2nd edition, NY, Harcourt Brace Javanovich, p:341-388 * Barlett, J. 2005. Strategic Use of Media in Public Relations: Relationship Between media Coverage, Public Relations and Organizational Strategy, u: Public Relations Division of International Communication Association. New York. URL: http://eprints.qut.edu.au.pdf * Chomsky, N. 1989. Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies. UK: Pluto Press. London. * Le Bon, G. 2002. The Crowd. Dover Publications. Inc. Mineola. New York. * Lippmann, W. 1922. Public Opinion. Harcourt, Brace and Company Inc. New York. * Scott, L. M.; Batra, R. 2003. Persuasive imagery: A Consumer Response Perspective, lawrence Erlbaum Associates. URL: http://study.com/academy/lesson.html | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Opće informacije | | | | | | | | | | | | |
| Naziv predmeta | | | Gospodarstvo, kultura i kreativne industrije | | | | | | | | | |
| Nositelj predmeta | | | izv. prof. dr. sc. Marija Šain | | | | | | | | | |
| Suradnik na predmetu | | | dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica | | | | | | | | | |
| Studijski program | | | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | | | | | | | | | |
| Šifra predmeta | | | MA-MM-35 | | | | | | | | | |
| Status predmeta | | | Izborni stručni kolegij | | | | | | | | | |
| Godina | | | Prema izvedbenom programu | | | | | | | | | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | | | ECTS koeficijent opterećenja studenata | | | | | | | 3 | | |
| Broj sati (P+V+S) | | | | | | | 45 (30+0+15) | | |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | | | | |
| Cilj ovog predmeta je prikazati studentima prepoznatljivost i značajnost utjecaja kulture i kreativnih industrija na gospodarstvo, na bilo kojoj razini javne vlasti (lokalna, regionalna, (nad)nacionalna). Također, studenti će prepoznati i objasniti kako sinergija kulture, kreativnih industrija i gospodarstva utječe na izgradnju kreativnog društva i ekonomije te na koji način njihov utjecaj može biti i transnacionalan. | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | | | | |
| 1. Definirati temeljne pojmove vezane uz kulturu, kreativne industrije i gospodarstvo 2. Objasniti gospodarske učinke od kulturnih i kreativnih aktivnosti (izravne i neizravne) 3. Usporediti i analizirati značaj greenfield i brownfield investicija u kulturi i kreativnim industrijama 4. Navesti i objasniti modele suradnje između kulture, kreativnih industrija i gospodarstva 5. Samostalno istražiti, obraditi i prezentirati stečena znanja tematski vezana uz ovaj kolegij | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | | | | |
| * Valorizacija kulture i kreativnih industrija u gospodarstvu (izravni i neizravni učinak) * Ekonomske koristi od kulture i kreativnih industrija na razinama javne vlasti s ciljem donošenja učinkovite kulturne politike * Greenfield i brownfield investicije u kulturi i kreativnim industrijama * Uloga titule Europske prijestolnice kulture u gospodarstvu gradova i države * Oblici I modeli suradnje između kulture i gospodarstva | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | |
| * 1. Komentari | | | | | - | | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu seminarskog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | | 0,45 | Seminarski rad | 0,75 | | Eksperimentalni rad | |  |
| Pismeni ispit | | \*1,5 | Usmeni ispit | | |  | Esej |  | | Istraživanje | |  |
| Projekt | |  | Kontinuirana provjera znanja | | | \*1,5 | Referat |  | | Praktični rad | |  |
| Portfolio | |  |  | | |  |  |  | |  | |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,45 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 15 | | Seminarski rad | 0,75 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacijei argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 25 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 1,5 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | | |
| * Dapp,Thomas F.; Ehmer, P.: Cultural and creative industries: Growth potential in specific segments, Deutsche Bank Research (ur. Just, T.), Frankfurt am Main, 2001. * McCarthy, Kevin F. i dr.: Gifts of the Muse Reframing the Debate About the Benefits of the Arts, RAND Corporation, Pittsburgh, 2004. * Mikić, H. Lokalni razvoj & Kulturne industrije, Fondacija Grupa za kreativna ekonomiju, Beograd, 2015. * Rypkema, D.; Mikić, H.: Kulturno nasleđe & Kreativne industrije, Fondacija Grupa za kreativna ekonomiju, Beograd, 2015. * Rikalović, G.; Mikić, H.:Biz & art: kaodrživimpartnerstvimaprivredeikulture, Grupazakreativnuekonomiju, Beograd, 2014. * UNESCO Institute for Statistics: Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches, 2009 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS HANDBOOK NO. 1 (ur. Mikić, H.), Montreal, 2012. | | | | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | | |
| * Ginsburgh, V. A.; Throsby, D.: Handbook of the Economics of Art and Culture, Elsevier, Amsterdam, 2006. * Heilbrun, J.; Gray, C., M.: The Economics of Art and Culture, Cambridge University Press, Cambridge, 2004. * Frex, B. S.:Arts&Economics – Analysis & Cultural Policy, Springer-Verlag, Berlin – New York, 2003. * Throsby, D.: Economics and Culture, Cambridge University Press, Cambridge, 2001. * Reeves, M.: Measuring the economic and social impact of the arts: a review, The Arts Council of England, London, 2002. | | | | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Opće informacije | | | | | | | | | | | |
| Naziv predmeta | | | Krizni menadžment u kreativnim industrijama | | | | | | | | |
| Nositelj predmeta | | | Vladimir Ham, naslovni predavač | | | | | | | | |
| Suradnik na predmetu | | |  | | | | | | | | |
| Studijski program | | | Diplomski sveučilišni studij Menadžment u kulturnim i kreativnim industrijama  Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | | | | | | | | |
| Šifra predmeta | | | MA-MM-56 | | | | | | | | |
| Status predmeta | | | Izborni stručni kolegij | | | | | | | | |
| Godina | | |  | | | | | | | | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | | | ECTS koeficijent opterećenja studenata | | | | | | 3 | | |
| Broj sati (P+V+S) | | | | | | 1. 30+0+15) | | |
| * 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | | | |
| Osnovni cilj ovoga predmeta je stjecanje specijalističkih znanja i kompetencija za samostalno upravljanje poslovnim razdobljima, koji se mogu okarakterizirati kriznim, odnosno razdobljima poremećaja u poslovanju, vođenje procesa i sustava upravljanja sigurnošću i zaštitom u javnom i privatnom sektoru, a posebice u kulturnim institucijama na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Studenti koji polože ovaj kolegij bit će osposobljeni za rješavanje problema upravljanja krizama kako u kulturnim institucijama, tako i u pojedinim sektorima kreativnih industrija. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Primijeniti svoja znanja u rješavanju problema upravljanja kriznim situacijama u javnim i privatnim kulturnim institucijama i korporacijama 2. Analizirati i kreirati sigurnosne operacije i strategije za rješavanje kriznih situacija 3. Primijeniti timski i samostalni rad na planiranju, pripremi, izvođenju i analizi rezultata vježbi kriznih situacija i evaluirati planove zaštite od kriznih sitauacija 4. Procijeniti sigurnosne, etičke, profesionalne, zakonske i društvene kriterije u upravljanju krizama 5. Pripremiti izvješća i dokumenatciju o kriznim situacijama uz kompetentnu pisanu dokumenatciju 6. Kreirati konkretna rješenja problema kriznog upravljanja radeći samostalno i/ili u timu 7. Objasniti proces kontrole i kontrolinga kao stručne podrške kriznom menadžmentu | | | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | | | |
| * Pojam i obilježja poslovne krize * Pojmovno određenje kriznog menadžmenta s posebnim naglaskom na kulturne institucije i kreativne industrije * Interni i eksterni uzroci krize * Faze procesa krize - potencijalna, latentna i akutna faza * Preventivno upravljanje poslovnom krizom * Simptomi poslovne krize i njezino pravovremeno prepoznavanje * Kriza u institucijama kulture i kreativnim industrijama * Vrste krize i njeni indikatori * Generičke dimenzije krize * Modeli procesa upravljanja krizom * Faze psihološke reakcije na krizu * Preventivno planiranje kao instrument za sprečavanje krize * Kontroling kao stručna podrška kriznom menadžmentu * Konstruktivno i destruktivno djelovanje krize * Vrste kriznog menadžmenta * „Moderni pogled“ na krizni menadžment * Zaključna razmatranja o kriznom menadžmentu s posebnim naglaskom na kulturne institucije i kreativne industrije | | | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | |
| * 1. Komentari | | | | | |  | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u nastavi na kojoj će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | 0,3 | Seminarski rad | 0,9 | Eksperimentalni rad | | |  |
| Pismeni ispit | | \*1,5 | Usmeni ispit | |  | Esej |  | Istraživanje | | |  |
| Projekt | |  | Kontinuirana provjera znanja | | \*1,5 | Referat |  | Praktični rad | | |  |
| Portfolio | |  |  | |  |  |  |  | | |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1-7 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0,3 | 1-7 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 0,9 | 1-7 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 30\* | 50 | | Seminarski rad | 1,5 | 2-7 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada seminarskog zadatka. | Evaluacija kvalitete seminarskog zadatka, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka. | 15 | 30 | | Ukupno | 3 |  |  |  |  | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| * 1. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Sučević, D.: Krizni menadžment – vodič kroz planiranje, prevenciju i oporavak s primjerima iz prakse, Lider, Zagreb, 2010. * Osmanagić Bedenik, N.: Kriza kao šansa – kroz poslovnu krizu do poslovnog uspjeha, Školska knjiga, Zagreb, 2003. * Luecke, Richard: Upravljanje kriznim situacijama, Zgombić & partneri, Zagreb, 2005. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Novak, B.: Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima – priručnik za krizne odnose s javnošću, Binoza press, Zagreb, 2001. * Krystek, U.; Moldenhauer, R.: Handbuch Krisen-und Restrukturierungsmanagement, Kohlhammer, 2007. * Birker, K.; Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Krisenbewußtes Management, Krisenvorbeugung und Unternehmenssanierung, Cornelsen, Berlin, 2000. * Töpfer, A.: Plötzliche Unternehmenskrisen – Gefahr oder Chance? Neuwied, Kriftel, Luchterhand, 1999. * Schmeisser, W. et al: Handbuch Krisen-und Insolvenzmanagement, Schäffer/Poeschel, 2004. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog zadatka | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Opće informacije** | | | | | | | | | | | | |
| **Naziv predmeta** | | | **Digitalno pismo** | | | | | | | | | |
| **Nositelj predmeta** | | | **izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić** | | | | | | | | | |
| **Suradnik na predmetu** | | | Boris Rauš, naslovni predavač | | | | | | | | | |
| **Studijski program** | | | Diplomski sveučilišni studij Mediji i odnosi s javnošću | | | | | | | | | |
| **Šifra predmeta** | | | MA-MM-60 | | | | | | | | | |
| **Status predmeta** | | | Izborni stručni predmet | | | | | | | | | |
| **Godina** | | | 1-2 | | | | | | | | | |
| **Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave** | | | **ECTS koeficijent opterećenja studenata** | | | | | | 5 | | | |
| **Broj sati (P+V+S)** | | | | | | 45 (15P+0S+30V) | | | |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | | | |
| Upoznavanje s elementima pisanja sadržaja za reklamne slogane i naslove. Naučiti efikasno koristi prostor na web stranici, u newsletteru ili na društvenim mrežama, naučiti i razumjeti na koji način dati ime proizvodu, tvrtki ili usluzi te tehnike samoga copywritinga (od principa do formula). | | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. Identificirati ciljanu publiku i obrazložiti njezine specifičnost 2. Napisati tekstove reklama za on-line i on-line marketing kampanje 3. Izraditi i samostalno prezentirati svoj rad koristeći bazu osnovnih znanja iz područja copywrittinga 4. Koristiti tehnike kreativnog stvaranja sadržaja za proizvod ili uslugu. 5. Identificirati i primijeniti prigodan ton komunikacije sadržaja proizvoda, brenda ili usluge | | | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta | | | | | | | | | | | |
| * Uvod u copywritting za digitalne medije * Razumijevanje publike i psihologije prodaje * Razumijevanje USP-a (uniquesalesproposal) * Razumijevanje eng. Ton voice-a (ton komunikacije) (žargoni, sleng, uporaba interpunkcija itd.) * Razmuijevanjeeng. Storytellinga prema JPRB (junak + problem + rješenje + benefit) principu * Razumijevnje CPTS prinicpa (color, pattern, textureandshine) * Razumijevanje imenovanja proizvoda, usluge ili tvrtke * Tehnike copywrittinga (razumijevanje formule CTA-a (call to action): glagol + benefit + vrijeme, riječi koje prodaju, stručni naslovi kampanja) * Društveni mediji – strateško razmišljanje * Internet, blog, elektronske poruke, oglasi i dr. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | | |
| * 1. Komentari | | | | - | | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | | | |
| Obveze studenata u okviru kolegija odnose se na redovito pohađanje nastave, izradu praktičnog zadatka u kojim će prikazati i primijeniti stečena znanja iz kolegija te ispunjenje ostalih zadataka definiranih u okviru kolegija. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | 0,5 | Aktivnost u nastavi | | | 0,5 | Seminarski rad | |  | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | 2 | Usmeni ispit | | |  | Esej | |  | | Istraživanje |  |
| Projekt |  | Kontinuirana provjera znanja | | | 2\* | Referat | |  | | Praktični rad | 2 |
| Portfolio |  |  | | |  |  | |  | |  |  |
| \*ukoliko student uspješno položi kolokvije (ostvari minimalno 60% mogućih bodova iz svih kolokvija) oslobođen je polaganja pismenog dijela ispita te mu se u izračunu ukupno ostvarenih bodova računaju bodovi stečeni putem kolokvija. | | | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | | Pohađanje nastave | 0.5 | 1-5 | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 7 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 0.5 | 1-5 | Sudjelovanje u nastavnom procesu (uključivanje u raspravu, rješavanje problemskih zadataka) | Evidencija studentskih aktivnosti | 0 | 10 | | Praktični rad | 2 | 1-5 | Istraživanje, sistematizacija i analiza podataka, izrada praktičnog rada | Evaluacija kvalitete praktičnog rada, prezentacije i argumentacije donesenih zaključaka | 20 | 40 | | Pismeni ispit ili kontinuirana provjera znanja | 2 | 1-5 | Priprema za provjeru znanja, pisana provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja | 24\* | 40 | | Ukupno | 5 |  |  |  | 51 | 100 |   \*za prolazak pisanog dijela ispita je potrebno minimalno ostvariti 60% mogućih bodova svakog kolokvija ili pisanog dijela ispita | | | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Kilgour, M., & Koslow (2009). Why and how do creative thinking techniques work? Trading off originality and appropriateness to make more creative advertising. Journal of the Academy of Marketing Science, 37, 298-309. * Copyblogger Media (2014). [Copywriting 101](http://www.amazon.com/Copywriting-101-Fundamental-Writing-Compelling-ebook/dp/B00NO4IHV8/ref=sr_1_108?ie=UTF8&qid=1421856017&sr=8-108&keywords=copy+writing): The Fundamental Guide to Writing Compelling Copy That Sells Your Product, Service, or Idea * Felder, L. (2011). [Writing for the Web](http://www.amazon.com/Writing-Web-Creating-Compelling-Pictures/dp/0321794435/ref=sr_1_19?ie=UTF8&qid=1421856614&sr=8-19&keywords=writing+content): Creating Compelling Web Content Using Words, Pictures, and Sound | | | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | |
| * Jack Hefereon (2010). The Writer's Idea Book 10th Anniversary Edition: How to Develop Great Ideas for Fiction, Nonfiction, Poetry, and Screenplays * Robert W. Bly (2006). The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells * Chris Voss (2016). Never Split the Difference: Negotiating As If Your Life Depended On It | | | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima kolokvija i/ili pismenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju praktičnog rada | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Opće informacije | | | | | | | | | | | | |
| Naziv predmeta | | | | Javno izlaganje na engleskom jeziku / Presentations in English | | | | | | | | |
| Nositelj predmeta | | | | Izv. prof. dr. sc. Željka Flegar | | | | | | | | |
| Suradnik na predmetu | | | |  | | | | | | | | |
| Studijski program | | | | Sveučilišni diplomski studiji Menadžment u kulturi i kreativnim industrijama | | | | | | | | |
| Šifra predmeta | | | | MA-MM-61 | | | | | | | | |
| Status predmeta | | | | izborni | | | | | | | | |
| Godina | | | |  | | | | | | | | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | | | | ECTS koeficijent opterećenja studenata | | | | | 3 | | | |
| Broj sati (P+V+S) | | | | | 30 (15P+0V+15S) | | | |
| 1. OPIS PREDMETA | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Ciljevi predmeta | | | | | | | | | | | | |
| Osposobiti studente za istraživanje, kritičko promišljanje, strukturiranje, pripremu i izvedbu javnog izlaganja na engleskom jeziku uz pravilno korištenje terminologije, jezično-komunikacijskih stilova i modaliteta te modificiranje straha od javnog nastupa. | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Uvjeti za upis predmeta | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Očekivani ishodi učenja za predmet | | | | | | | | | | | | |
| Nakon položenog kolegija student će moći:   1. prepoznati strukturu izlaganja na engleskom jeziku 2. upotrijebiti specifičnu terminologiju, izraze i fraze pri izlaganju na engleskom jeziku 3. prepoznati i primijeniti različite jezično-komunikacijske stilove 4. samostalno oblikovati izlaganje na stranom jeziku 5. samostalno izvesti javno izlaganje na engleskom jeziku 6. analizirati i vrednovati elemente izlaganja na engleskom jeziku 7. prilagoditi javno izlaganje publici i mediju 8. modificirati strah od (stranog) jezika i strah od javnog nastupa | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Sadržaj predmeta   U sklopu kolegija studenti razvijaju znanja i vještine javnog izlaganja na engleskom jeziku od izbora teme i pripreme izlaganja do izvedbe i evaluacije. Posebna pažnja posvećuje se specifičnim jezičnim oblicima prezentacijskog okruženja na engleskom jeziku, jezično-komunikacijskim stilovima i modalitetima, prezentiranju javnog izlaganja te modificiranju straha od (stranog) jezika i straha od javnog nastupa.  1. Struktura izlaganja  2. Prezentiranje na engleskom jeziku  3. Priprema izlaganja na engleskom jeziku  4. Oblikovanje izlaganja  5. Jezično-komunikacijski stilovi  6. Definiranje ciljne skupine i obraćanje publici  7. Izvedba izlaganja na engleskom jeziku  8. Prezentiranje u kontekstu (mediji i modaliteti)  9. Diskusija i feedback  10. Primjeri uspješnih prezentacija na engleskom jeziku  11. Strah od (stranog) jezika i strah od javnog nastupa  12. Priprema završnog izlaganja | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Vrste izvođenja nastave | | | | predavanja  seminari i radionice  vježbe  obrazovanje na daljinu  terenska nastava | | | | samostalni zadaci  multimedija i mreža  laboratorij  mentorski rad  ostalo konzultacije | | | | |
| * 1. Komentari | | | | - | | | | | | | | |
| * 1. Obveze studenata | | | | | | | | | | | | |
| Od studenata se očekuje redovita nazočnost na nastavi (minimalno 70%) i aktivno sudjelovanje u zadatcima.  Student treba napraviti istraživanje na pregledu teorije i dosadašnjih istraživanja iz područja te ga pisano uobličiti i izložiti. Sudjelovanje u svim aktivnostima i kontinuitet u pohađanju nastave ključni su za razvoj znanja i vještina vezanih za kolegij.  Izvršavanjem obveza student može pristupiti usmenom ispitu. Položiti usmeni ispit. | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Praćenje rada studenata | | | | | | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | | 0,3 | Aktivnost u nastavi | | | 1,2 | Seminarski rad | | 0,6 | | Eksperimentalni rad |  |
| Pismeni ispit | |  | Usmeni ispit | | | 0,9 | Esej | |  | | Istraživanje |  |
| Projekt | |  | Kontinuirana provjera znanja | | |  | Referat | |  | | Praktični rad |  |
| Portfolio | |  |  | | |  |  | |  | |  |  |
|  | | | | | | | | | | | | |
| * 1. Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja | | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | NASTAVNA METODA/AKTIVNOST | ECTS | ISHOD UČENJA | AKTIVNOST STUDENTA | METODA PROCJENE | BODOVI | | | min | max | |  |  |  |  |  |  |  | | Pohađanje nastave | 0,3 | 1.-8. | Prisutnost na nastavi | Evidencije dolazaka | 5 | 10 | | Aktivnost u nastavi | 1,2 | 1.-8. | Sudjelovanje u nastavnom procesu (sudjelovanje u aktivnostima, vježabama, zadacima i diskusijama, samostalni zadatci) | Evidencija studentskih aktivnosti  Evaluacijski formulari izrađeni od strane nastavnika | 20 | 40 | | Seminarski rad | 0,6 | 1.-3., 6. | Proučavanje literature, kritičko izražavanje, opisivanje i interpretiranje određenog fenomena, područja, pojave u okviru zadane teme, pisanje rada | Evaluacija pisanog materijala i izlaganja. Evaluacijski formulari izrađeni od strane nastavnika | 10 | 20 | | Usmeni ispit | 0,9 | 1.-8. | Priprema za provjeru znanja, usmena provjera | Provjera i vrednovanje razine stečenog znanja. Evaluacijski formulari izrađeni od strane nastavnika | 15 | 30 | | Ukupno | 3 |  |  |  | 50 | 100 | | | | | | | | | | | | | |
| 1.10. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | | |
| 1. Grussendorf, Marion (2008). *English for Presentations*. Oxford University Press. 2. Weissman, Jerry (2011). *Presentations in Action: 80 Memorable Presentation Lessons from the Masters*. Pearson Education. 3. Anderson, Chris (2017). *TED Talks: The Official Guide to Public Speaking*. Mariner Books. | | | | | | | | | | | | |
| 1.11.Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa) | | | | | | | | | | | | |
| 1. Carnegie, Dale (2018). *Art of Public Speaking: The Original Tool for Improving Public Oration*. Clydesdale Press. 2. Jaffe, Clella (2015). *Public Speaking: Concepts and Skills for a Diverse Society*. Cengage Learning. 3. TED: Ideas Worth Spreading. [www.ted.com](http://www.ted.com). | | | | | | | | | | | | |
| 1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija | | | | | | | | | | | | |
| * Interna evaluacija na razini Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. * Vođenje evidencije o studentskom pohađanju kolegijskih predavanja, izvršenim obvezama te rezultatima usmenog dijela ispita. * Primjena stečenog znanja u okviru ovog kolegija, kroz izradu i prezentaciju seminarskog i ostalih zadataka te polaganje usmenog ispita. | | | | | | | | | | | | |

**POPIS NASTAVNIH BAZA I RADILIŠTA U KOJIMA SE IZVODI STUDIJSKI PROGRAM**

|  |  |
| --- | --- |
| NAZIV NASTAVNE BAZE i RADILIŠTA | ADRESA |
| OAR d.o.o. – Osječka televizija | Ulica Sv.L.B.Mandića 50a |
| STV-Televizija Slavonije i Baranje, Osijek | Osijek, Istarska 2 |
| Hrvatska radiotelevizija, Centar Osijek | Osijek, Šamačka 13 |
| Adverta d.o.o. | Osijek, Medulinska ulica 1 |
| Kultakt, Osijek | Osijek, Vijenac Ivana Česmičkog 12 |
| Proprium d.o.o. | Osijek, Trg Ante Starčevića 10 |
| Novosti, Vinkovci | Vinkovci, Jurja Dalmatinca 29 |
| Bamboo Lab, Osijek | Osijek, Josipa Jurja Strossmayera 341 |
| Factory d.o.o. – Plavatvornica | Osijek, Lorenza Jagera 2 |
| Radio UNIOS | Osijek, Ulica cara Hadrijana 10b |
| GlasSlavonije, Osijek | Osijek, HrvatskeRepublike 20 |
| Styria Hrvatska | Zagreb, Oreškovićeva ul. 6h/1 |
| Mono d.o.o. | Osijek, Bihaćka ul. 1d |
| Cobe d.o.o. | Osijek, Ulica Hrvatske Republike 33 |
| Prototyp d.o.o. | Osijek, Kordunska 12 |
| Hammer d.o.o. | Osijek, Mije Kišpatića 41a |
| Hrvatska radiotelevizija, dopisništvo Vukovar | Vukovar, Franje Tuđmana 10 |
| Hrvatski radio Vukovar | Vukovar, Ulica dr. Franje Tuđmana 13 |
| Netokracija d.o.o. | Zagreb, HinkaWuertha 4 |
| Turistička zajednica Grada Osijeka | Osijek, Županijska 2 |
| Turistička zajednica Baranje | Beli Manastir, Kralja Tomislava 70 |
| Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, Osijek | Osijek, Ulica Vatroslava Jagića 2 |
| Nogometniklub Osijek | Osijek, W. Wilsona 2 |

TERMINI ISPITNIH ROKOVA – diplomski studiji

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv kolegija** | **I. Rok** | **II. Rok** | **III. Rok** | **IV. Rok** | **V. Rok** | **VI. Rok** | **Predavaonica** |
| **27.1. - 7.2.2025.** | **10.2. - 21.2.2025.** | **9.6.-20.6.2025.** | **23.6.-11.7.2025.** | **25.8.-14.9.2025.** | **15.9.-26.9.2025.** |
| **izv. prof. dr. sc. Borko Baraban** |  |  |  |  |  |  |  |
| Uvod u znanstveno-istraživački rad |  |  |  |  |  |  |  |
| **izv. prof. dr. sc. Tatjana Ileš** |  |  |  |  |  |  |  |
| Kulturna memorija i masovni mediji |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. dr. sc. Hrvoje Mesić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Baštinska kultura u pamćenju grada |  |  |  |  |  |  |  |
| **izv. prof. dr. sc. Marija Šain** |  |  |  |  |  |  |  |
| Gospodarstvo, kultura i kreativne industrije |  |  |  |  |  |  |  |
| Analiza i poslovno odlučivanje |  |  |  |  |  |  |  |
| Računovodstvo i financijsko izvještavanje |  |  |  |  |  |  |  |
| **izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Strategije oglašavanja i nekonvencionalni marketing |  |  |  |  |  |  |  |
| Imidž i brendiranje u kulturi i kreativnim industrijama |  |  |  |  |  |  |  |
| Digitalno pismo |  |  |  |  |  |  |  |
| Menadžment i promocija događanja |  |  |  |  |  |  |  |
| **dr. sc. Andrej Kristek, naslovni predavač** |  |  |  |  |  |  |  |
| Transdisciplinarni projekti |  |  |  |  |  |  |  |
| **dr. sc. Tomislav Levak, predavač** |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicistika |  |  |  |  |  |  |  |
| Umijeće komuniciranja i nastup pred kamerom |  |  |  |  |  |  |  |
| Propaganda u medijskoj kulturi |  |  |  |  |  |  |  |
| Teorija medijske umjetnosti |  |  |  |  |  |  |  |
| Vizualna semiotika |  |  |  |  |  |  |  |
| **izv. prof. dr. sc. Marina Đukić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Imidž i brendiranje u kulturi i kreativnim industrijama |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. dr. sc. Luka Alebić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Digitalni medijski dizajn 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| Digitalni medijski dizajn 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Razvoj organizacija u kulturi i kreativnim industrijama |  |  |  |  |  |  |  |
| Destinacijski menadžment |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. dr. sc. Igor Gajin** |  |  |  |  |  |  |  |
| Rodne studije i mediji |  |  |  |  |  |  |  |
| “Visoko” i “nisko” u kulturi i književnosti |  |  |  |  |  |  |  |
| **Toni Podmanicki, predavač** |  |  |  |  |  |  |  |
| Digitalni alati i sustavi u kulturi i kreativnim industrijama |  |  |  |  |  |  |  |
| Web dizajn |  |  |  |  |  |  |  |
| **dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica** |  |  |  |  |  |  |  |
| Samostalni projekt 1: organizacija malih događanja |  |  |  |  |  |  |  |
| Samostalni projekt 2: event menadžmnet u praksi |  |  |  |  |  |  |  |
| Vizualna semiotika |  |  |  |  |  |  |  |
| Razvoj imidža i brenda |  |  |  |  |  |  |  |
| Organizacija medijskih kampanja |  |  |  |  |  |  |  |
| **dr. sc. Maja Haršanji, visa asistentica** |  |  |  |  |  |  |  |
| Uvod u znanstveno-istraživački rad |  |  |  |  |  |  |  |
| Analiza i poslovno odlučivanje |  |  |  |  |  |  |  |
| **prof. art. Davor Šarić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Fotografija u medijima 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| Fotografija u medijima 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| **prof. dr. art. Darko Lukić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Europski trendovi u produkciji |  |  |  |  |  |  |  |
| **izv. prof. dr. sc. Željka Flegar** |  |  |  |  |  |  |  |
| Javno izlaganje na engleskom jeziku |  |  |  |  |  |  |  |
| **Vladimir Ham, naslovni predavač** |  |  |  |  |  |  |  |
| Krizni menadžment u kreativnim industrijama |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. art. Leo Vukelić** |  |  |  |  |  |  |  |
| 3D tehnologije i virtualno modeliranje I |  |  |  |  |  |  |  |
| **doc. dr. sc. Marina Jambrešić** |  |  |  |  |  |  |  |
| Zakonodavstvo u medijima i kulturi |  |  |  |  |  |  |  |
| Migracijski procesi i kulturni identitet EU |  |  |  |  |  |  |  |