



HRVATSKO
KATOLICKO
SVEUČILIŠTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detaljni izvedbeni plan

Akademska godina:

2024/2025

Semestar:

Ljetni

Studij:

Komunikologija (R)

Godina studija:

1

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Uvod u odnose s javnošću

Kratica kolegija: KOMP2-2

Status kolegija:

Obvezni

ECTS bodovi: 5

Šifra kolegija: 132361

Preduvjeti za upis kolegija: Nema

Ukupno opterećenje kolegija

Vrsta nastave

Ukupno sati

Predavanje

30

Seminar

15

Mjesto i vrijeme održavanja nastave: HKS - prema objavljenom rasporedu

II. NASTAVNO OSOBLJE

Nositelj kolegija

Ime i prezime: Skoko Iko

Akademski stupanj/naziv:

Izbor:

Kontakt e-mail:

iko.skoko@unicath.hr

Telefon:

Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu

Suradnici na kolegiju

Ime i prezime: Sedak Kristijan

Akademski stupanj/naziv:

Izbor: viši asistent - predavač

Kontakt e-mail:

ksedak@unicath.hr

Telefon:

Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski

Opis kolegija	Ciljevi predmeta su sljedeći: pripremiti studente za temeljno razumijevanje odnosa s javnošću, upoznati ih s povijesnim razvojem te discipline, međudnosom sa srodnim disciplinama, važnošću odnosa s javnošću u suvremenom svijetu, vrstama te temeljnim načinima njihove primjene u praksi.	
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definirati osnovne pojmove iz teorije odnosa s javnošću. 2. Opisati povijesni tijek razvoja odnosa s javnošću. 3. Prepoznati ulogu i značaj odnosa s javnošću u suvremenom svijetu. 4. Grupirati glavne značajke istraživanja iz područja odnosa s javnošću. 5. Predložiti vlastite modele primjene odnosa s javnošću u praksi. 	
<i>Literatura</i>		
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cutlip, S., Center, A., Broom, G. (2003). Odnosi s javnošću. MATE. 2. Cameron i sur. (2008). Public Relations Today. Pearson 3. Tench, R, Yeomans, L. (2009). Otkrivanje odnosa s javnošću. Biblioteka Print 4. Tomić, Z. (2008). Odnosi s javnošću – teorija i praksa. Synopsis. 5. Skoko, B. (2006). Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću. MPR. 	
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> 1. Theaker, A. (2003). Priručnik za odnose s javnošću. Zagreb: HUOJ. 2. Cutlip, S., Center, A. Broom, G. (2010). Učinkoviti odnosi s javnošću. Zagreb: MATE. 3. Cottle, S. (2009). Informacije, odnosi s javnošću i moć. Zagreb: Naklada Medijska istraživanja. 4. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Izdavačka kuća Opinio. 5. O'Donnell, A. (2023). Public Relations and Communications From Theory to Practice. Routledge 6. Macnamara, J., Lwin, M., Adi, A. & Zerfass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. Public Relations Review, 42(3), 377-385 7. Schultz, D. E. (1996). The inevitability of integrated communications. Journal of Business Research, 37(3), 139-146. 8. Verčič, D., van Ruler, B., Bütschi, G., & Flodin, B. (2001). On the definition of public relations: a European view. Public Relations Review, 27(4), 373–387. 	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
Polaze se DA	Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE	Ulazi u prosjek DA
Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu. 2. Uredno izvršene seminarske obveze – pripremljeno i izloženo seminarsko izlaganje. 3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na seminarskom izlaganju i na dva kolokvija. 	
Način polaganja ispita	<p>Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:</p> <p>dovoljan (2) – 50-64,9 % dobar (3) – 65-79,9 % vrlo dobar (4) – 80-89,9 % izvrstan (5) – 90-100 %</p> <p>Način stjecanja ocjene:</p> <p>a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) domaća zadaća – max 10% 2) seminarsko izlaganje – max 20%; 3) 1. kolokvij – max. 20%; 4) 2. kolokvij – max. 20%; <p>b) Završni ispit max 30%</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Usmeni ispit – max. 30 % (za prolaz je nužno točno odgovoriti na 50 % postavljenih pitanja). 	

Način ocjenjivanja

- 1) Nastavne aktivnosti – domaća zadaća
- 2) Seminarsko izlaganje; 1. kolokvij (pisani) i 2. kolokvij (pisani).
- 3) Završni ispit (pisani).

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Kolokvij-međuispit	0.65	20
Kolokvij-međuispit	0.65	20
Seminarski rad	0.76	20
Domaća zadaća	0.6	10
Ukupno tijekom nastave	3.86	70
Završni ispit	1.14	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	5	100

Datumi kolokvija:**Datumi ispitnih rokova:****IV. TJEDNI PLAN NASTAVE**