



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**

2023/2024

**Semester:**

Winter semester

**Study programme:**

Komunikologija -  
Znanstveno istraživanje  
medija i odnosi s  
javnošću (R)

**Year of study:**

1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Medijski menadžment**Abbreviation:** KD1 1-5**ECTS:** 4**Code:** 186870**Prerequisites:** No*Total Course Workload***Teaching Mode****Total Hours**

Lecture

30

Seminar

15

**Class Time and Place:** HKS - according to the published schedule

## II. TEACHING STAFF

*Course Holder***Name and Surname:** Poljak Josip**Academic Degree:****Professional Title:** docent**Contact E-mail:**[josip.poljak@unicath.hr](mailto:josip.poljak@unicath.hr)**Telephone:****Office Hours:** According to the published schedule*Course Assistant*

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

<b>Course Description</b>	<p>U skladu s trendom ulaganja u razvoj kreativnih industrija i digitalizacije te konvergencijom i transformacijom medijskog tržišta, a radi neophodno potrebnog praćenja ekonomskog razvoja i usmjeravanja mladih generacija koje odrastaju na novim tehnologijama i trendovima potrebno je da studenti steknu menadžerska znanja i vještine za upravljanje medijima.</p> <p>Izuzev stjecanja osnovnog znanja o menadžmentu, interdisciplinarnost predmeta Medijski menadžment studentima će omogućiti i kreativan spoj menadžerskog upravljanja, poslovnog komuniciranja te organizacije medija kao preduvjeta za uključivanje u suvremene ekonomske tokove. Ukupan financijski rezultat medijske organizacije ovisi o rezultatima prodaje, a uspješna prodaja ovisi o adekvatnoj marketinškoj strategiji te će se studente upoznati s prodajnim i marketinškim strategijama i procesima. Kako bi ostvarili zadane rezultate poslovanja medijskih organizacija studenti će naučiti izraditi plan poslovanja kao i načine praćenja realizacije plana. Namjera je kod studenata razviti razumijevanje menadžerskih funkcija, vještina i kvalifikacija te kroz praktične primjere studente uvesti u svijet menadžmenta medija kako bi bolje mogli razumjeti proces stvaranja i komercijalizacije medijskog proizvoda u eri globalizacije.</p>	
<b>Educational Outcomes</b>	<p>Procijeniti strukturu, upravljanje i procese koji okružuju medijsku industriju. Razlikovati obilježja kvalifikacije i vještina za uspješno vođenje medijske organizacije. Klasificirati metode, tehnike i strategije menadžerskog odlučivanja u medijima. Analizirati prodajne i marketinške strategije i procese. Osmisliti plan poslovanja i pratiti realizaciju. Prezentirati komunikacijske vještine potrebne za funkcioniranje u poslovnom okruženju medijske industrije. Povezati osnovne tehnike i alate za efikasno upravljanje ljudskim resursima u medijima.</p>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</b>	<p>Nastavni materijali s predavanja (powerpoint prezentacije i drugi dokumenti)</p> <p>Buble, M. (2006). <i>Osnove menadžmenta</i>. Zagreb: Sinergija nakladništvo. (odabrana poglavlja)</p> <p>Rouse M.J., Rouse S. (2005). <i>Poslovne komunikacije</i>. Zagreb: Masmedia. (odabrana poglavlja)</p> <p>Dessler, G. (2015). <i>Upravljanje ljudskim potencijalima</i>. Zagreb: Mate. (odabrana poglavlja)</p> <p>Dobrinić, D., Gregurec, I. (2016) <i>Integrirani marketing</i>. Varaždin: FOI. (odabrana poglavlja)</p>	
<b>Supplementary</b>	<p>Sikavica, P., Bahtijarević Šiber, F. i Pološki Vokić, N. (2008). <i>Temelji menadžmenta</i> Zagreb: Školska knjiga (odabrana poglavlja)</p> <p>Picard, R.G. (2011). <i>Economics and Financing of Media Companies</i>, 2nd ed. New York: Fordham University Press.</p> <p>Lawson-Borders, G. (2003) 'Integrating New Media and Old Media', <i>The International Journal on Media Management</i> 5(2): 91-9.</p> <p>Vukanovic, Z. (2009) 'Global Paradigm Shift: Strategic Management of New and Digital Media in New and Digital Economics', <i>The International Journal on Media Management</i> 11(2): 81-90.</p>	
<i>Examination and Grading</i>		
<b>To Be Passed DA</b>	<b>Exclusively Continuous Assessment NE</b>	<b>Included in Average Grade DA</b>
<b>Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Redovito pohađanje nastave</b> – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu;</li> <li><b>Seminarsko izlaganje</b></li> <li><b>Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti</b> – kumulativno ostvareno na nastavi i na dva kolokvija</li> </ol>	

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:

dovoljan (2) – 50-64 bodova

dobar (3) – 65-79 bodova

vrlo dobar (4) – 80-89 bodova

izvrstan (5) – 90 i više bodova

**Examination Manner**

Način stjecanja ocjene:

a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

1) seminarsko izlaganje – max. 20 bodova;

2) 1. kolokvij – max. 25 bodova;

3) 2. kolokvij – max. 25 bodova;

b) Završni ispit – 30% ocjene

4) završni ispit – max. 30 bodova

**Grading Manner**

1. **Nastavne aktivnosti** – seminarsko izlaganje; 1.kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni);
2. **Završni ispit** (usmeni).

**Detailed Overview of Grading within ECTS**

<b>VRSTA AKTIVNOSTI</b>	<b>ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata</b>	<b>UDIO OCJENI (%)</b>
Pohađanje nastave	1.2	0
Seminarsko izlaganje	0.6	20
Kolokvij-međuispit	0.7	25
Kolokvij-međuispit	0.7	25
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.2</b>	<b>70</b>
Završni ispit	0.75	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>3.95</b>	<b>100</b>

**IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE**