



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**  
2025/2026

**Semester:**  
Winter semester

**Study Program:**  
Komunikologija -  
Interkulturalna  
komunikacija i  
novinarstvo (R)  
(elective)  
Komunikologija -  
Znanstveno istraživanje  
medija i odnosi s  
javnošću (R)

**Year of study:**  
1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Strateško komuniciranje

**Abbreviation:** IZBD265

**ECTS:** 4

**Code:** 267708

**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:** Kanižaj Igor

**Academic Degree:**

**Professional Title:** redoviti profesor

**Contact E-mail:**

[igor.kanizaj@unicath.hr](mailto:igor.kanizaj@unicath.hr)

**Telephone:**

**Office Hours:** According to the published schedule

*Course Assistant*

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

<b>Course Description</b>	<p>Uvod u strateško komuniciranje i određenje temeljnih pojmova; Uloga medija i društvenih mreža u strateškom komuniciranju; Strateško komuniciranje i institucionalna promjena; Planiranje i izrada ciljeva strateškog komuniciranja; Komunikacijski akcijski plan, Modeli i vrednovanje komunikacijskih akcijskih planova. Studenti će se upoznati sa specifičnostima strateškog komuniciranja u javnim institucijama, oružanim snagama, zdravstvenim institucijama, vjerskim zajednicama i organizacijama civilnog društva. Upoznat će se i s načinima i metodama vrednovanja strateškog komuniciranja, a dobit će temeljni pregled istraživanja stavova javnosti u osmišljavanju strateškog komuniciranja.</p>	
<b>Educational Outcomes</b>	<p>Studenti će moći: 1. objasniti pojam strateškog komuniciranja; 2. opisati sličnosti i razlike u postojećim definicijama strateškog komuniciranja; 3. samostalno izraditi komunikacijski akcijski plan; 4. opisati specifičnosti strateškog komuniciranja u komunikacijskom okruženju; 5. provesti vrednovanje komunikacijskog akcijskog plana; 6. opisati važnost strateškog komuniciranja u organizacijskim promjenama; 7. pojasniti ulogu medija i društvenih mreža prilikom osmišljavanja i provedbe strateškog komuniciranja; 8. navesti sličnosti i razlike u strateškom komuniciranju odabranih organizacija.</p>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Car, Viktorija; Kanižaj Igor (2019) Mediji u Hrvatskoj, Hrvatska na drugi pogled, Udier, Sanda Lucija (ur.) Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Croaticum, str. 303-339, Zagreb.</li> <li>• Engelstad, Fredrik (2017). Strategic Communication and Institutional Change. I Engelstad, Fredrik; Larsen, Håkon; Rogstad, Jon &amp; Steen-Johnsen, Kari (Red.), Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model. De Gruyter Open. (odabrana poglavlja)</li> <li>• Falkheimer, Jesper (2014) The power of strategic communication in organizational development. International Journal of Quality and Service Sciences 6(2/3): 124-133.</li> <li>• Jugo, Damir (2013) Strategije odnosa s javnošću. Zagreb: Profil (odabrana poglavlja)</li> <li>• Mazzei, A. (2014), "A multidisciplinary approach for a new understanding of corporate communication", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 19 No. 2, pp. 216-230.</li> <li>• Potter L. (2007) Komunikacijski plan – srž strateških komunikacija, Zagreb, HUOJ</li> <li>• Steyn, B. (2003), "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation", Journal of Communication Management, Vol. 8 No. 2, str. 168-183</li> </ul>	
<b>Supplementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2015): Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Reflections on Media Education Futures, Sirrku Kotilainen &amp; Reijo Kupiainen (ur), 171-182, The International Clearinghouse on CHILDREN, YOUTH &amp; MEDIA Nordicom, University of Gothenburg</li> <li>• Jugo, D. (2017) Menadžment kriznog komuniciranja. Zagreb: Školska knjiga.</li> <li>• Kanižaj I, Skoko B. (2012): Media and Public Relations as a Bridge Between Patients and Health Care Institutions, Person in Medicine and Healthcare – From Bench to Bedside to Community, Dorđević Veljko, Braš Marijana; Miličić Davor (ur.), Medicinska naklada, Zagreb, str. 427-436.</li> <li>• Skoko B. (2021), Strateško komuniciranje država – javna diplomacija, brendiranje država i nacija, međunarodni odnosi s javnošću, Zagreb: Synopsis d.o.o. (odabrana poglavlja)</li> <li>• Skoko, B. (2017) "Communication Strategies and Branding Attempts of Selected Countries Created upon the Disintegration of the Former Yugoslavia", Sociologija i prostor, Vol. 55, br. 1 (2017), str. 5-31.</li> </ul>	
<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>1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu 2. Uredno izvršavanje seminarske obveze – pripremljeno i izloženo seminarsko izlaganje unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na seminarskom izlaganju i na dva kolokvija</li> </ol>	

1. NASTAVNE AKTIVNOSTI – 70% ocjene
  1. Seminarski rad – do 20%
  2. 1. kolokvij – do 25%
  3. 2. kolokvij – do 25%
2. ZAVRŠNI ISPIT – 30%
  1. Usmeni ispit – do 30% (nužno točno odgovoriti na 50% od postavljenih pitanja)

#### Examination Manner

##### BROJČANA LJESTVICA OCJENJIVANJA STUDENTSKOG RADA

Dovoljan (2) – 50,00 – 64,49%

Dobar (3) – 65,00 – 79,9%

Vrlo dobar (4) – 80,00 – 89,9%

Izvrstan (5) – 90,00 – 100,00%

#### Grading Manner

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

#### Detailed Overview of Grading within ECTS

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1,2	0
Seminarsko izlaganje	0,50	20
Kolokvij - međuispit	0,58	25
Kolokvij - međuispit	0,58	25
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>2,86</b>	<b>70</b>
Završni ispit	1,14	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

## IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE

[Predavanja]

#	Topic
1	Uvodno predavanje i određivanje temeljnih pojmova
2	Uloga medija i društvenih mreža u strateškom komuniciranju
3	Strateško komuniciranje i institucionalna promjena

4	Planiranje i izrada ciljeva strateškog komuniciranja
5	Komunikacijski akcijski plan
6	Modeli i vrednovanje komunikacijskih akcijskih planova
7	KOLOKVIJ
8	Strateško komuniciranje u javnim institucijama
9	Strateško komuniciranje u zdravstvenim organizacijama
10	Strateško komuniciranje u oružanim snagama
11	Strateško komuniciranje u vjerskim organizacijama
12	Vrednovanje i mjerenje strateškog komuniciranja
13	Istraživanja stavova javnosti u osmišljavanju strateškog komuniciranja
14	Strateško komuniciranje u organizacijama civilnog društva
15	KOLOKVIJ
<i>[Seminari]</i>	
<b>#</b>	<b>Topic</b>
1	Pregled i raspored tema za KAP
2	Razrada KAPova
3	Razrada KAPova
4	Razrada KAPova
5	Razrada KAPova
6	Razrada KAPova
7	Razrada KAPova
8	Razrada KAPova
9	Razrada KAPova
10	Razrada KAPova
11	Razrada KAPova
12	Razrada KAPova
13	Razrada KAPova
14	Razrada KAPova
15	Razrada KAPova