



# Detailed Course Syllabus

<b>Academic year:</b> 2025/2026	<b>Semester:</b> Summer semester
<b>Study Program:</b> Komunikologija - Interkulturalna komunikacija i novinarstvo (R) (elective) Komunikologija - Znanstveno istraživanje medija i odnosi s javnošću (R) (elective) Povijest (R) (elective) Sestrinstvo (I) (elective) Sestrinstvo (R) (elective)	<b>Year of study:</b> 1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Digitalna komunikacija i odnosi s javnošću u sportu

**Abbreviation:** IZBD286

**ECTS:** 4

**Code:** 288373

**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*

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

*Course Assistant*

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

<b>Course Description</b>	<p>Kolegij Digitalna komunikacija i odnosi s javnošću u sportu usmjeren je na razumijevanje odnosa medija i sporta te na strateško upravljanje komunikacijama u sportskim organizacijama i na sportskim događajima. Polazeći od procesa medijizacije i komodifikacije sporta te razvoja sportske industrije, marketinga i sponzorstava, razrađuje se uloga različitih tipova organizacija i dionika sportske komunikacije. Središnji naglasak stavlja se na digitalni ekosustav (web, mobilne aplikacije, prijenose uživo i društvene medije), planiranje i distribuciju sadržaja te na upravljanje medijskim aspektom organizacije događaja. Posebna se pozornost posvećuje službenim mrežnim stranicama i digitalnom medijskom centru kao središnjem komunikacijskom kanalu te ulozu publike, kriznoj komunikaciji i usklađenosti s pravnim i etičkim standardima, čime se studenti osposobljavaju za samostalno osmišljavanje i odgovorno vođenje komunikacijskih aktivnosti u sportu.</p>	
<b>Educational Outcomes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objasniti povijesni razvoj odnosa medija i sporta te razložiti ulogu sportske industrije, marketinga i sponzorstava u komunikacijskim praksama.</li> <li>• Analizirati komunikacijsku funkciju u različitim tipovima sportskih organizacija te opisati njihove strukture, protokole i upravljački okvir.</li> <li>• Planirati strategiju digitalnih kanala za sportske organizacije i događaje definiranjem ciljeva, poruka, ciljnih publika i uredničkog kalendara.</li> <li>• Osmisliti i prilagoditi sadržaje za web, mobilne aplikacije, prijenose uživo i društvene medije u skladu s komunikacijskim ciljevima i kontekstom uporabe.</li> <li>• Organizirati i koordinirati medijski menadžment sportskih događaja (press-centar, akreditacije, protokoli odobravanja i distribucije sadržaja).</li> <li>• Primijeniti postupke angažmana publika i razvoja fan zajednica te evaluirati učinke interakcija na odabranim metrikama.</li> <li>• Provesti krizno komuniciranje na digitalnim kanalima uz primjenu osnovnih postupaka verifikacije vizualnog sadržaja.</li> <li>• Provesti analitički projekt: strukturirati i izvesti audit digitalnih komunikacijskih praksi odabrane sportske organizacije, prikupiti i interpretirati pokazatelje, izraditi izvještaj s utemeljenim preporukama te prezentirati nalaze.</li> </ul>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beech, J., Chadwick, S. (2010). Sportski menadžment. MATE d.o.o.</li> <li>• Pedersen, P. M. (ed.) (2013). Routledge handbook of sport communication. Routledge.</li> <li>• Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E. M., &amp; Geurin, A. N. (2021). Strategic sport communication (3rd ed.). Human Kinetics.</li> <li>• Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., Ross, M., &amp; Branvold, S. E. (2021). Sport public relations (3rd ed.). Human Kinetics.</li> </ul>	
<b>Supplementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eisman, A. (2021). The evolution of sports social media. Palmetto Publishing.</li> <li>• Hoyle, L. H. (2002). Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. John Wiley &amp; Sons.</li> <li>• Jackson, N. (2013). Promoting and marketing events: theory and practice. Routledge.</li> <li>• Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2024). Marketing 6.0. John Wiley &amp; Sons.</li> <li>• Nicholson, M. (2007). Sport and the Media: Managing the Nexus. Elsevier.</li> <li>• Parent, M. M., Chappelet, J. (eds.) (2017). Routledge handbook of sports event management. Routledge.</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>

**Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam**

1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu.
2. Uredno izvršene seminarske obveze – izrada i izlaganje projekta.
3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno kroz projektni zadatak i dva kolokvija.

**Examination Manner**

Nastavne aktivnosti – izlaganje projektnog zadatka; 1. kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni).

**Grading Manner**

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada je:  
dovoljan (2) – 50–64,9%  
dobar (3) – 65–79,9%  
vrlo dobar (4) – 80–89,9%  
izvrstan (5) – 90% i više

Način stjecanja ocjene:

- 1) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene
  - a) projektni zadatak – max. 20%
  - b) 1. kolokvij – max. 25%
  - c) 2. kolokvij – max. 25%
- 2) Završni ispit – 30% ocjene

**Detailed Overview of Grading within ECTS**

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Izlaganje projektnog zadatka	0.56	20
Kolokvij - međuispit	0.70	25
Kolokvij - međuispit	0.70	25
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.16</b>	<b>70</b>
Završni ispit	0.84	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>4.00</b>	<b>100</b>

## IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE

### [Predavanja]

#	Topic
1	Uvodno predavanje
2	Mediji i sport: pregled razvoja i medijalizacija sporta
3	Sportska industrija, marketing i sponzorstva u sportu: razvoj i prakse
4	Komunikacija i odnosi s javnošću u sportu: područje, modeli, tehnike i strategije
5	Digitalni ekosustav sporta: web, mobilne aplikacije, prijenosi uživo (live streaming) i društveni mediji
6	Event management i veliki sportski događaji
7	Upravljanje medijskim aspektom organizacije sportskih događaja
8	Prvi kolokvij
9	Komunikacijska funkcija u sportskim organizacijama: strukture, protokoli i upravljački okvir
10	Sportaši kao influenceri i suvremeni komunikacijski brendovi
11	Publika i fan zajednice u sportu: angažman i digitalni kanali navijača
12	Promocija sportskih događaja na digitalnim kanalima: strategije i distribucija (paid/owned/earned)
13	Službene mrežne stranice i digitalni medijski centar: UX, SEO, CRM i usklađenost s GDPR-om
14	Krizna komunikacija u sportu i digitalni kanali
15	Drugi kolokvij

### [Seminari]

#	Topic
1	Uvodno predavanje
2	Uvod u projektni zadatak
3	Izlaganje projektnih zadataka
4	Izlaganje projektnih zadataka
5	Izlaganje projektnih zadataka
6	Izlaganje projektnih zadataka
7	Izlaganje projektnih zadataka
8	Prvi kolokvij
9	Izlaganje projektnih zadataka
10	Izlaganje projektnih zadataka
11	Izlaganje projektnih zadataka
12	Izlaganje projektnih zadataka
13	Izlaganje projektnih zadataka
14	Izlaganje projektnih zadataka
15	Drugi kolokvij