Detailed Course Syllabus

Academic year: 2026/2027	**Semester:** Summer semester
Year of study: 1	**Study Program:** Komunikologija - Interkulturalna komunikacija i novinarstvo (R) (elective) (Diplomski) Komunikologija - Znanstveno istraživanje medija i odnosi s javnošću (R) (elective) (Diplomski) Povijest (R) (elective) (Diplomski) Sestrinstvo (I) (elective) (Diplomski) Sestrinstvo (R) (elective) (Diplomski)

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

Name and Surname: Maleš Dražen

Academic Degree:	**Professional Title:** docent
Contact E-mail: drazen.males@unicath.hr	**Telephone:**

Office Hours: According to the published schedule

Course Assistant

III. DETAILED COURSE INFORMATION

Teaching Language: Hrvatski

Course Description	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 medijatizacije 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 ulozi publike, kriznoj komunikaciji i usklađenosti s pravnim i etičkim standardima, čime se studenti osposobljavaju za samostalno osmišljavanje i odgovorno vođenje komunikacijskih aktivnosti u sportu.
Educational Outcomes	• Objasniti povijesni razvoj odnosa medija i sporta te razložiti ulogu sportske industrije, marketinga i sponzorstava u komunikacijskim praksama. • Analizirati komunikacijsku funkciju u različitim tipovima sportskih organizacija te opisati njihove strukture, protokole i upravljački okvir. • Planirati strategiju digitalnih kanala za sportske organizacije i događaje definiranjem ciljeva, poruka, ciljnih publika i uredničkog kalendara. • Osmisliti i prilagoditi sadržaje za web, mobilne aplikacije, prijenose uživo i društvene medije u skladu s komunikacijskim ciljevima i kontekstom uporabe. • Organizirati i koordinirati medijski menadžment sportskih događaja (press-centar, akreditacije, protokoli odobravanja i distribucije sadržaja). • Primijeniti postupke angažmana publika i razvoja fan zajednica te evaluirati učinke interakcija na odabranim metrikama. • Provesti krizno komuniciranje na digitalnim kanalima uz primjenu osnovnih postupaka verifikacije vizualnog sadržaja. • 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.
Textbooks and Materials	
Required	• Beech, J., Chadwick, S. (2010). Sportski menadžment. MATE d.o.o. • Pedersen, P. M. (ed.) (2013). Routledge handbook of sport communication. Routledge. • Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E. M., & Geurin, A. N. (2021). Strategic sport communication (3rd ed.). Human Kinetics. • Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., Ross, M., & Branvold, S. E. (2021). Sport public relations (3rd ed.). Human Kinetics.
Supplementary	• Eisman, A. (2021). The evolution of sports social media. Palmetto Publishing. • Hoyle, L. H. (2002). Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. John Wiley & Sons. • Jackson, N. (2013). Promoting and marketing events: theory and practice. Routledge. • Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2024). Marketing 6.0. John Wiley & Sons. • Nicholson, M. (2007). Sport and the Media: Managing the Nexus. Elsevier. • Parent, M. M., Chappelet, J. (eds.) (2017). Routledge handbook of sports event management. Routledge.
Examination and Grading	

To Be Passed DA	**Exclusively Continuous Assessment** NE	**Included in Average Grade** DA

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	UDIOOCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Izlaganje projektnog zadatka	0.56	20
Kolokvij - međuispit	0.70	25
Kolokvij - međuispit	0.70	25
Ukupno tijekom nastave	**3.16**	**70**
Završni ispit	0.84	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	**4.00**	**100**

IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE

[Predavanja]

#	Topic
1	Uvodno predavanje
2	Mediji i sport: pregled razvoja i medijatizacija 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