



HRVATSKO  
KATOLICKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

**Akadska godina:**

2023/2024

**Semestar:**

Zimski

**Studij:**

Komunikologija (R)

**Godina studija:**

1

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Uvod u komunikologiju

**Kratica kolegija:** KOMP1-1

**ECTS bodovi:** 5

**Šifra kolegija:** 132351

**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:** Labaš Danijel

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** redoviti profesor u trajnom izboru

**Kontakt e-mail:**

[danijel.labas@unicath.hr](mailto:danijel.labas@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

**Ime i prezime:** Vidulić Matea

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** asistent

**Kontakt e-mail:**

[mvidulic@unicath.hr](mailto:mvidulic@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

## III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

**Jezik na kojem se nastava održava:** Hrvatski

<p><b>Opis kolegija</b></p>	<p>Ciljevi predmeta su sljedeći: upoznati studente s različitim granama znanosti koje se bave društvenim komunikacijama (sociologija, psihologija, semiotika, kibernetika, filozofija), objasniti temeljne pojmove i teorije komunikacija te obrazložiti značenje koje komunikacija, kako ona međuljudska tako i masovna, ima u odgojnom, kulturalnom i društvenom kontekstu suvremenoga društva.</p> <p>Predmet će se baviti sljedećim sadržajima: Osnovna podjela komunikacija: intra-personalna, inter-personalna, društvena, masovna; verbalna i neverbalna. Osnove komunikacijskog procesa: pošiljalatelj, poruka, kanal, primatelj, feedback, kontekst. Semiotika: sustavi značenja i proces komunikacije. Teorijske tradicije komunikacija: teorija informacije, ritualna teorija. Tehnologije, mediji i medijacije. Komunikacija i kultura. Komunikacija i edukacija.</p>	
<p><b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b></p>	<p>Kidentificirati glavne značajke teorija komunikacije.</p> <p>Usporediti osnovne modele komunikacijskog procesa.</p> <p>Klasificirati teorijske pristupe o utjecaju medija.</p> <p>Analizirati osnovne pojmove komunikologije.</p>	
<p><i>Literatura</i></p>		
<p><b>Obavezna</b></p>	<p>Malović, S. (ur.) (2014.). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.</p> <p>Kunczik, M., Zipfel, A. (2006). Uvod u znanost o medijima i komunikologiju. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.</p> <p>Mataušić, J. M. (2007). Komunikacijske znanosti: znanstvene grane i nazivlje, u: Zbornik radova Znanstvenog kolokvija – Hrvatski studiji. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.</p> <p>Leinert-Novosel, S. (2012.). Komunikacijski kompas. Zagreb: Plejada.</p>	
<p><b>Dopunska</b></p>	<p>Plenković, M. (2014). Medijska komunikacija. Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo.</p> <p>Beck, A., Bennett, P., Wall, P. (2002). Communication studies: the essential introduction. London, New York: Routledge.</p> <p>Carey, J. W. (1990). Communication as culture. Essays on media and society. Boston: Unwin Hyman.</p> <p>Littlejohn, S. W. (1999). Theories of Human Communication. Belmont: Wadsworth P.C.</p> <p>Reardon, K. K. (1998). Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću. Zagreb: Alinea.</p> <p>Fiske, J. (2002). Introduction to communication studies. London, New York: Routledge.</p> <p>O'Sullivan, T. i suradnici (1994). Key concepts in communication and culture studies. London, New York: Routledge.</p> <p>Umberto, E. (1973). Kultura, informacija, komunikacija. Beograd: Nolit.</p> <p>Black, J., Bryant, J. (1995). Introduction to communication. Understand the past, experience the present, marvel at the future. Madison, Brown and Benchmark, 1995.</p> <p>Heath, R. L., Bryant, J. (2000). Human Communication Theory and Research. London: Routledge.</p> <p>Berger, C. R., Roloff, M. E., Roskos-Ewoldsen, D. R. (2010). The Handbook of Communication Science. London: Sage Publications.</p> <p>Stacks, D. W., Salwen, M. B. (2009). An integrated approach to communication theory and research. London: Routledge.</p> <p>Knapp, M. L., Daly, J. A. (2011). Handbook of interpersonal communication. London: Sage Publications.</p> <p>Mortensen, C. D. (2007). Communication Theory. Transaction Publishers.</p>	
<p><i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i></p>		
<p><b>Polaze se DA</b></p>	<p><b>Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE</b></p>	<p><b>Ulazi u prosjek DA</b></p>

**Preduvjeti za dobivanje  
potpisa i polaganje  
završnog ispita**

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 ocjenjivanja**

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:

dovoljan (2) – 50-64,9 %

dobar (3) – 65-79,9 %

vrlo dobar (4) – 80-89,9 %

izvrstan (5) – 90 do 100 %

Način stjecanja ocjene:

a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

1) Seminarsko izlaganje – max. 20 %;

2) 1. kolokvij – max. 25 %;

3) 2. kolokvij – max. 25 %;

b) Završni ispit

4) Usmeni ispit – max. 30 % (za prolaz je nužno točno odgovoriti na 50 % postavljenih pitanja).

**Način polaganja ispita**

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

**Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova**

<b>VRSTA AKTIVNOSTI</b>	<b>ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata</b>	<b>UDIO OCJENE (%)</b>
Pohađanje nastave	1.2	0
Kolokvij-međuispit	0.95	25
Kolokvij-međuispit	0.95	25
Seminarski rad	0.76	20
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.86</b>	<b>70</b>
Završni ispit	1.14	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**IV. TJEDNI PLAN NASTAVE**