



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

**Akademska godina:**

2023/2024

**Semestar:**

Zimski

**Studij:**

Komunikologija (R)

**Godina studija:**

2

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Tehnike odnosa s javnošću

**Kratica kolegija:** KOMP3-3

**ECTS bodovi:** 5

**Šifra kolegija:** 132552

**Preduvjeti za upis kolegija:** Nema

*Ukupno opterećenje kolegija*

**Vrsta nastave**

**Ukupno sati**

Predavanje

30

Auditorna vježba

15

**Mjesto i vrijeme održavanja nastave:** HKS – prema objavljenom rasporedu

## II. NASTAVNO OSOBLJE

*Nositelj kolegija*

**Ime i prezime:** Sedak Kristijan

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** viši asistent - predavač

**Kontakt e-mail:**

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

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

**Ime i prezime:** Radalj Miro

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** naslovni docent

**Kontakt e-mail:**

[miro.radalj@unicath.hr](mailto:miro.radalj@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

## III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

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

<b>Opis kolegija</b>	<p>Cilje predmeta je osposobiti studente za praktično bavljenje odnosima s javnošću, odnosno upoznati ih s tehnikama i taktikama, kako bi mogli obavljati operativne komunikacijske aktivnosti u odnosima s javnošću. Naime, odnosi s javnošću u svome djelovanju koriste specifične tehnike, taktike i alate kako bi ostvarili zacrtane ciljeve. Zato je svrha ovoga predmeta ukazati studentima na važnost, vrste i karakteristike tehnika odnosa s javnošću te ih osposobiti za praktičnu uporabu tih komunikacijskih i organizacijskih vještina. Kako je jedan od temeljnih preduvjeta za bavljenje odnosima s javnošću baš kao i u novinarstvu – pisanje, ovaj će predmet omogućiti studentima ovladavanje tehnikama pisanja za odnose s javnošću te stjecanje znanja o praktičnoj uporabi alata za odnose s javnošću. Također će ih osposobiti za javne nastupe te uporabu govornih vještina u odnosima s javnošću.</p>	
<b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b>	<p>Klasificirati glavne alate za odnose s javnošću. Samostalno i odgovorno planirati alate u provedbi kampanja u odnosima s javnošću. Prepoznati ulogu i značaj, vrste i karakteristike tehnika odnosa s javnošću. Demonstrirati stečena znanja s predmeta koristeći tehnike pisanja za odnose s javnošću. Samostalno organizirati događaji upravljati njime (event management) Samostalno održati javninastup koristeći naučene govorne vještine u odnosima s javnošću.</p>	
<i>Literatura</i>		
<b>Obavezna</b>	<p>Verčič, D., Zavrl, F., Rijavec, P., Tkalac Verčič, A., Laco, K., Odnosi smedijima, Zagreb, Masmedia, 2004.; Gregory, A., Planiranje i upravljanje kampanjama, Zagreb, HUOJ,2006.; Tomić, Z., Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Zagreb – Sarajevo,Synopsis, 2008. (odabrana poglavlja);</p>	
<b>Dopunska</b>	<p>Oliver, S., Public Relations Strategy, London i Philadelphia, CIPR,2010.(odabrana poglavlja); Skoko, B., Bajs, D., Objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama uhrvatskim medijima i mogućnosti zaštite privatnosti, časti i ugleda, uPolitička misao, 44, 1, 2004, str. 93-116.; Milas, Z., Uvod u korporativnu komunikaciju, Zagreb,NoveltiMillenium, 2011.</p>	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
<b>Polaze se DA</b>	<b>Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE</b>	<b>Ulazi u prosjek DA</b>
<b>Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70%nastave prema studijskom programu i izvedbenomnastavnom planu;</li> <li>2. Uredno izvršene vježbe</li> <li>3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastaveunutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativnoostvoreno na vježbama i dva kolokvija.</li> </ol>	
<b>Način ocjenjivanja</b>	<p>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) Vježbe – max. 20 %;  2) 1. kolokvij – max. 20 %;  3) 2. kolokvij – max. 20 %;  4) zadaća – max 10%  b) Završni ispit  5) Pismeni ispit – max. 30 % (za prolaz je nužno točnoodgovoriti na 50 % postavljenih pitanja).</p>	
<b>Način polaganja ispita</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Nastavne aktivnosti – vježbe; 1. kolokvij (pismeni) i 2.kolokvij (pismeni).</li> <li>2) Zadaća</li> <li>3) Završni ispit (pismeni).</li> </ol>	
<b>Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova</b>		

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Domaća zadaća	0.38	10
Kolokvij-međuispit	0.76	20
Kolokvij-međuispit	0.76	20
Rad na vježbama	0.76	20
Ukupno tijekom nastave	3.86	70
Završni ispit	1.14	30
UKUPNO BODOVA(nastava+zav.ispit)	5	100

#### IV. TJEDNI PLAN NASTAVE

##### *Predavanja*

#	Tema
1	Ciljevi, strategije i taktike Odnosa s javnošću
2	Identitet - korporativni, vizualni, on-line reputacija
3	Analiza i odabir ciljnih javnosti
4	Komunikacijski plan
5	Odnosi s medijima
6	Priopćenje za medije
7	kolokvij
8	Javni nastupi i intervju
9	Upravljanje događajima
10	Oglašavanje
11	Društvene mreže - facebook
12	Društvene mreže
13	Krizni komunikacijski priručnik
14	Vrednovanje Odnosa s javnošću
15	kolokvij