



HRVATSKO
KATOLIČKO
SVEUČILIŠTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detaljni izvedbeni plan

Akademska godina: 2024/2025	Semestar: Ljetni
Studij: Komunikologija - Znanstveno istraživanje medija i odnosi s javnošću (R)	Godina studija: 1

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Strategije odnosa s javnošću

Kratica kolegija: KD1 2-1

ECTS bodovi: 5

Šifra kolegija: 186871

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: Trbušić Davor

**Akademski
stupanj/naziv:**

Izbor: docent

Kontakt e-mail:
dtrbusic@fhs.hr

Telefon:

Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu

Suradnici na kolegiju

Ime i prezime: Sedak Kristijan

**Akademski
stupanj/naziv:**

Izbor: viši asistent - predavač

Kontakt e-mail:
ksedak@unicath.hr

Telefon:

Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski

Opis kolegija

Studenti se upoznaju i svladavaju proces strateškog planiranja i upravljanja u odnosima s javnošću analizirajući ključne pojmove i korake strateškog planiranja i njihove primjene u praksi. Detaljno analizirajući četverofazni proces planiranja i upravljanja odnosima s javnošću, studenti se upoznaju s istraživačkim i analitičkim metodama, važnošću postavljanja komunikacijskih ciljeva i određivanju stakeholdera i ciljnih javnosti, proaktivnim i reaktivnim strategijama te zakonitostima i metodama evaluacije. Studenti završetkom ovog predmeta stječu kompetencije za pripremu komunikacijskih planova i strategija, njihove provedbe te konačno, evaluacije i revizije provedenih aktivnosti.

Očekivani ishodi učenja na razini kolegija

Analizirati pojmove strateških odnosa s javnošću
Diskutirati ulogu odnosa s javnošću u korporativnom komuniciranju
Staviti u odnos ulogu i značaj odnosa s javnošću s strateškom upravljanju.
Kombinirati strateške alate za izradu prijedloga strategije odnosa s javnošću na odabranom primjeru.

Literatura

Obavezna

Jugo, D., Strategije odnosa s javnošću, Zagreb, Profil &Novelti Millennium, 2012.;
Gregory, A., Planiranje i upravljanje kampanjama, Zagreb, HUOJ, 2006.; Tench, R., Yeomans, L., Otkrivanje odnosa s javnošću, Zagreb, HUOJ, 2009.

Dopunska

Weintraub Austin, E., Strategic Public Relations Management, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2006.; Smith, R., Strategic Planning for Public Relations, New York i London, Routledge, Taylor and Francis Group, 2009.; Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Public relations – Strategies and tactics, Boston, Pearson education, 2012.
Potter, L., Komunikacijski plan – srž strateških komunikacija, Zagreb, HUOJ, 2007.; Tomić, Z., Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Zagreb-Sarajevo, Synopsis, 2008.

Način ispitivanja i ocjenjivanja

Polaze se DA

Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE

Ulazi u prosjek DA

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

Način polaganja ispita

- 1) seminarsko izlaganje
- 2) 1. kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni)
- 3) završni ispit (pismeni)

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Seminarsko izlaganje	0.76	20
Kolokvij-međuispit	0.95	25
Kolokvij-međuispit	0.95	25
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	Uvod u strateške odnose s javnošću
2	Analiza i definiranje ključnih pojmova strateških odnosa s javnošću
3	Primjena strateških odnosa s javnošću u korporativnom komuniciranju
4	Strateško komuniciranje s medijima u kriznim situacijama
5	Modeli i pristupi planiranju u odnosima s javnošću
6	Načela definiranja ciljeva, određivanje ciljnih javnosti i stakeholdera
7	1. kolokvij
8	Strateško promišljanje i strateško upravljanje komunikacijskim programom
9	Definiranje ključnih poruka i strateški izbor kanala komunikacije
10	Strategije i taktike u odnosima s javnošću
11	Proaktivne strategije odnosa s javnošću
12	Reaktivne strategije odnosa s javnošću
13	Evaluacija, revizija i ocjenjivanje komunikacijskih programa
14	Revizija i korektivne aktivnosti
15	2. kolokvij

Seminari

#	Tema
1	Uvodni seminar - Podjela seminarskih tema i upoznavanje sa sadržajem i ciljem seminarske nastave.
2	Diskusija o odabranim tekstovima/studentskom seminaru i temi predavanja.

3	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
4	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
5	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
6	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
7	1. kolokvij
8	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
9	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
10	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
11	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
12	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
13	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
14	Diskusija o odabranim tekstovima/ studentskom seminaru i temi predavanja.
15	2. kolokvij