



HRVATSKO
KATOLICKO
SVEUCILISTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detaljni izvedbeni plan

Akademski godina:

2025/2026

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: Radalj Miro

**Akademski
stupanj/naziv:**

Izbor: naslovni docent

Kontakt e-mail:

miro.radalj@unicath.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	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.	
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	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 događaj i upravljati njime (event management) Samostalno održati javni nastup koristeći naučene govorne vještine u odnosima s javnošću.	
<i>Literatura</i>		
Obavezna	Verčić, D., Zavrl, F., Rijavec, P., Tkalac Verčić, A., Laco, K., Odnosi s medijima, 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);	
Dopunska	Oliver, S., Public Relations Strategy, London i Philadelphia, CIPR, 2010. (odabrana poglavlja); Skoko, B., Bajs, D., Objavlivanje neistina i manipuliranje činjenicama u hrvatskim medijima i mogućnosti zaštite privatnosti, časti i ugleda, u Politička misao, 44, 1, 2004, str. 93-116.; Milas, Z., Uvod u korporativnu komunikaciju, Zagreb, Novelti Millennium, 2011.	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
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 vježbe 3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na vježbama i 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) 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 točno odgovoriti na 50 % postavljenih pitanja).	
Način polaganja ispita	1) Nastavne aktivnosti – vježbe; 1. kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni). 2) Zadaća 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
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

Auditorne vježbe

#	Tema
1	Pregled dnevnih tema i kritički osvrt
2	Korporativni identitet (misija, vizija, ciljevi)
3	Segmentacija ciljnih javnosti organizacije
4	Komunikacijski plan
5	Adrema
6	Priopćenje za medije
7	kolokvij
8	Priprema javnog nastupa
9	Upravljanje događajem
10	Priprema oglasa
11	Upravljanje facebook stranicom
12	Priprema infografike, twitter profila, otvaranje youtube kanala, obrada videa
13	Krizni komunikacijski priručnik
14	AVE metrika
15	kolokvij

<i>Predavanja</i>	
#	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