



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

**Akademski godina:**

2025/2026

**Semestar:**

Zimski

**Studiji:**

Komunikologija -

Interkulturalna

komunikacija i

novinarstvo (R)

(izborni)

Komunikologija -

Znanstveno istraživanje

medija i odnosi s

javnošću (R)

**Godina studija:**

1

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Strateško komuniciranje

**Kratice kolegija:** IZBD265

**ECTS bodovi:** 4

**Šifra kolegija:** 267708

**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:** Kanižaj Igor

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** redoviti profesor

**Kontakt e-mail:**

[igor.kanizaj@unicath.hr](mailto:igor.kanizaj@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

## III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

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

|  |  |                           |
|--|--|---------------------------|
| <b>Opis kolegija</b>   | <p>Uvod u strateško komuniciranje i određenje temeljnih pojmova; Uloga medija i društvenih mreža u strateškom komuniciranju; Strateško komuniciranje i institucionalna promjena; Planiranje i izrada ciljeva strateškog komuniciranja; Komunikacijski akcijski plan, Modeli i vrednovanje komunikacijskih akcijskih planova. Studenti će se upoznati sa specifičnostima strateškog komuniciranja u javnim institucijama, oružanim snagama, zdravstvenim institucijama, vjerskim zajednicama i organizacijama civilnog društva. Upoznat će se i s načinima i metodama vrednovanja strateškog komuniciranja, a dobit će temeljni pregled istraživanja stavova javnosti u osmišljavanju strateškog komuniciranja.</p>   |                           |
| <b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b>                  | <p>Studenti će moći: 1. objasniti pojam strateškog komuniciranja; 2. opisati sličnosti i razlike u postojećim definicijama strateškog komuniciranja; 3. samostalno izraditi komunikacijski akcijski plan; 4. opisati specifičnosti strateškog komuniciranja u komunikacijskom okruženju; 5. provesti vrednovanje komunikacijskog akcijskog plana; 6. opisati važnost strateškog komuniciranja u organizacijskim promjenama; 7. pojasniti ulogu medija i društvenih mreža prilikom osmišljavanja i provedbe strateškog komuniciranja; 8. navesti sličnosti i razlike u strateškom komuniciranju odabranih organizacija.</p>   |                           |
| <i>Literatura</i>  |  |                           |
| <b>Obavezna</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Car, Viktorija; Kanižaj Igor (2019) Mediji u Hrvatskoj, Hrvatska na drugi pogled, Udier, Sanda Lucija (ur.) Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Croaticum, str. 303-339, Zagreb.</li> <li>• Engelstad, Fredrik (2017). Strategic Communication and Institutional Change. I Engelstad, Fredrik; Larsen, Håkon; Rogstad, Jon &amp; Steen-Johnsen, Kari (Red.), Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model. De Gruyter Open. (odabrana poglavlja)</li> <li>• Falkheimer, Jesper (2014) The power of strategic communication in organizational development. International Journal of Quality and Service Sciences 6(2/3): 124-133.</li> <li>• Jugo, Damir (2013) Strategije odnosa s javnošću. Zagreb: Profil (odabrana poglavlja)</li> <li>• Mazzei, A. (2014), "A multidisciplinary approach for a new understanding of corporate communication", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 19 No. 2, pp. 216-230.</li> <li>• Potter L. (2007) Komunikacijski plan – srž strateških komunikacija, Zagreb, HUOJ</li> <li>• Steyn, B. (2003), "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation", Journal of Communication Management, Vol. 8 No. 2, str. 168-183</li> </ul> |                           |
| <b>Dopunska</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2015): Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Reflections on Media Education Futures, Sirrku Kotilainen &amp; Reijo Kupiainen (ur), 171-182, The International Clearinghouse on CHILDREN, YOUTH &amp; MEDIA Nordicom, University of Gothenburg</li> <li>• Jugo, D. (2017) Menadžment kriznog komuniciranja. Zagreb: Školska knjiga.</li> <li>• Kanižaj I, Skoko B. (2012): Media and Public Relations as a Bridge Between Patients and Health Care Institutions, Person in Medicine and Healthcare – From Bench to Bedside to Community, Dorđević Veljko, Braš Marijana; Miličić Davor (ur.), Medicinska naklada, Zagreb, str. 427-436.</li> <li>• Skoko B. (2021), Strateško komuniciranje država – javna diplomacija, brendiranje država i nacija, međunarodni odnosi s javnošću, Zagreb: Synopsis d.o.o. (odabrana poglavlja)</li> <li>• Skoko, B. (2017) "Communication Strategies and Branding Attempts of Selected Countries Created upon the Disintegration of the Former Yugoslavia", Sociologija i prostor, Vol. 55, br. 1 (2017), str. 5-31.</li> </ul>   |                           |
| <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> | <p>1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu 2. Uredno izvršavanje seminarske obveze – pripremljeno i izloženo seminarsko izlaganje unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na seminarskom izlaganju i na dva kolokvija</p>  |                           |

1. NASTAVNE AKTIVNOSTI – 70% ocjene
  1. Seminarski rad – do 20%
  2. 1. kolokvij – do 25%
  3. 2. kolokvij – do 25%
2. ZAVRŠNI ISPIT – 30%
  1. Usmeni ispit – do 30% (nužno točno odgovoriti na 50% od postavljenih pitanja)

#### Način ocjenjivanja

##### BROJČANA LJESTVICA OCJENJIVANJA STUDENTSKOG RADA

Dovoljan (2) – 50,00 – 64,49%

Dobar (3) – 65,00 – 79,9%

Vrlo dobar (4) – 80,00 – 89,9%

Izvrstan (5) – 90,00 – 100,00%

#### Način polaganja ispita

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

#### 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                     | 0,50  | 20              |
| Kolokvij - međuispit                     | 0,58  | 25              |
| Kolokvij - međuispit                     | 0,58  | 25              |
| <b>Ukupno tijekom nastave</b>            | <b>2,86</b>                                     | <b>70</b>       |
| Završni ispit                            | 1,14  | 30              |
| <b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b> | <b>4</b>  | <b>100</b>      |

## IV. TJEDNI PLAN NASTAVE

#### Predavanja

| # | Tema   |
|---|--|
| 1 | Uvodno predavanje i određivanje temeljnih pojmova          |
| 2 | Uloga medija i društvenih mreža u strateškom komuniciranju |
| 3 | Strateško komuniciranje i institucionalna promjena         |

|                 |  |
|-----------------|--|
| 4               | Planiranje i izrada ciljeva strateškog komuniciranja                   |
| 5               | Komunikacijski akcijski plan   |
| 6               | Modeli i vrednovanje komunikacijskih akcijskih planova                 |
| 7               | KOLOKVIJ   |
| 8               | Strateško komuniciranje u javnim institucijama                         |
| 9               | Strateško komuniciranje u zdravstvenim organizacijama                  |
| 10              | Strateško komuniciranje u oružanim snagama                             |
| 11              | Strateško komuniciranje u vjerskim organizacijama                      |
| 12              | Vrednovanje i mjerenje strateškog komuniciranja                        |
| 13              | Istraživanja stavova javnosti u osmišljavanju strateškog komuniciranja |
| 14              | Strateško komuniciranje u organizacijama civilnog društva              |
| 15              | KOLOKVIJ   |
| <i>Seminari</i> |  |
| <b>#</b>        | <b>Tema</b>  |
| 1               | Pregled i raspored tema za KAP   |
| 2               | Razrada KAPova   |
| 3               | Razrada KAPova   |
| 4               | Razrada KAPova   |
| 5               | Razrada KAPova   |
| 6               | Razrada KAPova   |
| 7               | Razrada KAPova   |
| 8               | Razrada KAPova   |
| 9               | Razrada KAPova   |
| 10              | Razrada KAPova   |
| 11              | Razrada KAPova   |
| 12              | Razrada KAPova   |
| 13              | Razrada KAPova   |
| 14              | Razrada KAPova   |
| 15              | Razrada KAPova   |