Detaljni izvedbeni plan

Akademska godina: 2026/2027	**Semestar:** Zimski
Godina studija: 1	**Studiji:** Komunikologija - Interkulturalna komunikacija i novinarstvo (R) (izborni) (Diplomski) Komunikologija - Znanstveno istraživanje medija i odnosi s javnošću (R) (Diplomski)

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Strateško komuniciranje	
Kratica 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	**Telefon:**
Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu	
Suradnici na kolegiju	

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski	

Opis kolegija	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.
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	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 okružju; 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.
Literatura	
Obavezna	• 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. • Engelstad, Fredrik (2017). Strategic Communication and Institutional Change. I Engelstad, Fredrik; Larsen, Håkon; Rogstad, Jon & Steen-Johnsen, Kari (Red.), Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model. De Gruyter Open. (odabrana poglavlja) • Falkheimer, Jesper (2014) The power of strategic communication in organizational development. International Journal of Quality and Service Sciences 6(2/3): 124-133. • Jugo, Damir (2013) Strategije odnosa s javnošću. Zagreb: Profil (odabrana poglavlja) • 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. • Potter L. (2007) Komunikacijski plan – srž strateških komunikacija, Zagreb, HUOJ • Steyn, B. (2003), "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation", Journal of Communication Management, Vol. 8 No. 2, str. 168-183
Dopunska	• 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 & Reijo Kupiainen (ur), 171-182, The International Clearinghouse on CHILDREN, YOUTH & MEDIA Nordicom, University of Gothenburg • Jugo, D. (2017) Menadžment kriznog komuniciranja. Zagreb: Školska knjiga. • 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. • Skoko B. (2021), Strateško komuniciranje država – javna diplomacija, brendiranje država i nacija, međunarodni odnosi s javnošću, Zagreb: Synopsis d.o.o. (odabrana poglavlja) • 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 (207), str. 5-31.
Način ispitivanja i ocjenjivanja	

Polaže 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 izvršavanje seminarske obveze – pripremljeno i izloženo seminarsko izlaganje unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na seminarskom izlaganju i na dva kolokvija

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	**UDIOOCJENE** (%)
Pohađanje nastave	1,2	0
Seminarsko izlaganje	0,50	20
Kolokvij - međuispit	0,58	25
Kolokvij - međuispit	0,58	25
Ukupno tijekom nastave	**2,86**	70
Završni ispit	1,14	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	**4**	100

IV. TJEDNI PLAN NASTAVE

Predavanja

#	**Tema**
1	Uvodno predavanje i određenje 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
Seminari	
#	**Tema**
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