

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
HRVATSKI STUDIJI**

**PROGRAM  
STUDIJA KOMUNIKOLOGIJE**  
- preddiplomski i diplomski studij

(točke 1, 2, 3.1 i 3.2)

**Zagreb, ožujak 2005.**

# PRIJEDLOG PREDDIPLOMSKIH I DIPLOMSKIH STUDIJA HRVATSKIH STUDIJA PREMA NOVOM ZAKONU O ZNANSTVENOJ DJELATNOSTI I VISOKOM OBRAZOVANJU

## Uvod

Donošenjem Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju kojeg je prihvatio Hrvatski sabor na sjednici 17. srpnja 2003. stvoren je legislativni okvir za provođenje reforme visokog obrazovanja prema Bolonjskoj deklaraciji, odnosno stvaranju European Higher Education Area (EHEA), čiji je potpisnik i Republika Hrvatska. Na Sveučilištu u Zagrebu pripreme za taj posao provedene su tijekom proteklih nekoliko godina sjednicama pojedinih odbora i sjednicama Senata Sveučilišta u Zagrebu. Te rasprave rezultirale su nizom naputaka, zaključaka i konstatacija, a konačno su objedinjene i usustavljene u programskom dokumentu ISKORAK 2001.

Konkretan posao na provedbi reformi u skladu s novim zakonom u okviru Sveučilišta, započeo je sjednicom Senata Sveučilišta u Zagrebu 16. prosinca 2003. i usvajanjem programskih naputaka.

Posao oko izrade novih programa prema odredbama novog zakona radi se na temelju zajedničkog materijala «Prijedlog studijskih programa», kojeg je usvojio Senat i prema kojem su sve sveučilišne članice trebale pristupiti izradi novih kurikuluma svojih studija i taj posao okončati do konca veljače 2004. Kasnijim dopunama ovog materijala i popratnim dopisima taj rok je prolongiran.

Posao oko izrade programa trebao je biti okončan na Sveučilištu u Zagrebu do konca travnja 2004., a prosudbene skupine trebale su valorizirati nove programe do početka akademske godine 2005./2006., do kada je bilo predviđeno da sve sveučilišne članice započnu nastavu prema novom Zakonu. U ljeto 2004. donesene su izmjene i dopune Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju (Narodne novine, broj 105/04), a slijedećim izmjenama i dopunama istog Zakona, koje su stupile na snagu 18. prosinca 2004. (Narodne novine, br. 174/04) brisana je odredba Zakona kojom je bilo predviđeno da će se poslijediplomski studiji ustrojiti i početi provoditi prema odredbama ovoga Zakona počevši od školske godine 2004./2005. Rok za uvođenje preddiplomskih i diplomskih programa ostao je 2005./2006. godina.

Povjerenstvo Rektorskog zbora za pripremu i praćenje implementacije Bolonjske deklaracije napravilo je u prosincu 2004. Upute za sastavljanje prijedloga preddiplomskih i diplomskih studijskih programa prema kojima su rađeni prijedlozi programa svih studija Hrvatskih studija.

Hrvatski studiji organizirali su izradu kurikuluma svojih studija na sjednicama koordinacijskog kolegija. Imenovani su nositelji izrade programa za svaki studij pojedinačno, a redovito su se održavali sastanci radne skupine i koordinacijskog kolegija (pročelnici svih studija). Održani su i sastanci nastavnika svakog studija (neki i više puta), imenovan je koordinator izrade novog programa prema ECT sustavu, a predstavnici Hrvatskih studija redovito su sudjelovali na koordinacijskim sastancima nastavničkih fakulteta na Sveučilištu u Zagrebu i na drugim sjednicama i radnim skupinama u okviru Sveučilišta u Zagrebu i na seriji tribina koje je organiziralo Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa Republike Hrvatske o reformi visokog obrazovanja. Izrađene su i upute za izradu svakog od programa za svaki studijski smjer, koje su se u nekoliko navrata korigirale i dopunjavale. Prema ovim naputcima izrađeni su prijedlozi svih pojedinačnih programa sada postojećih studija na Hrvatskim studijima, neki od njih su bitno redefimirani, a u prijedlog promjena prema Bolonjskoj deklaraciji ušli su i neki programi za koje

se procijenilo da bitno dopunjavaju ponudu i izbor na Hrvatskim studijima i da su komplementarni dosad postojećim programima. Također nude se neki programi za koje postoji interes u gospodarstvu i upravi, a koji se do sada nisu nudili u okviru Sveučilišta u Zagrebu.

## Osnovna načela i polazišta

Svi studijski programi rađeni su prema osnovnim načelima Bolonjske deklaracije koja planira objedinjavanje europskog visokoobrazovnog prostora (EHEA). To se posebno odnosi na:

- prihvaćanje sustava lako prepoznatljivih i usporedivih akademskih stupnjeva i uvođenje suplementa diplomi;
- prihvaćanje sustava zasnovanog na dva obrazovna ciklusa, preddiplomskog i diplomskog;
- uvođenje ECT sustava kao prikladnog sredstva u promicanju najšire razmjene studenata;
- promicanje mobilnosti studenata, nastavnika, istraživača, administrativnog osoblja;
- promicanje europske suradnje u osiguranju kvalitete;

Zakonski okviri za provođenje reforme su sadržani u trorazinskom modelu obrazovanja (članci 70 do 76 Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br.123/2003), i to:

- a) preddiplomski studij (traje tri do četiri godine, odnosno 180 do 240 ECTS bodova);
- b) diplomski studij (traje jednu do dvije godine, odnosno 60 do 120 ECTS bodova);
- c) poslijediplomski studij (traje u pravilu tri godine, a skuplja se određeni broj ECTS bodova prema odluci svakog sveučilišta).

a) Nakon završetka dodiplomskog studija studenti su, kao prvostupnici (u starijoj verziji Zakona: *bakalaureati*) osposobljeni za elementarno vladanje osnovama svoje struke i općenito poznavanjem osnova humanističkih i društvenih znanosti, u skladu s osnovnim programom Hrvatskih studija u cjelini s naglaskom na poznavanju osobitosti i svojstvenosti hrvatskoga kulturnog identiteta u (srednjo)europskom duhovnom okružju. Takvi kadrovi mogu se zaposliti ponajprije u izdavaštvu, kulturnim institucijama, muzejima, arhivima, novinama, radiju, televiziji, administraciji, turističkim agencijama, knjižnicama itd. Pretpostavlja se međutim da će većina nastaviti diplomski studij na samim Hrvatskim studijima ili drugdje, na srodnim studijima u Hrvatskoj ili inozemstvu. U skladu sa mogućnostima zapošljavanja i zahtjevima poslodavaca u vezi akademskog obrazovanja za određena zanimanja, neki preddiplomski studiji na Hrvatskim studijima organizirani su jednopredmetno i dvopredmetno, a drugi samo dvopredmetno. U načelu, preddiplomski studij na Hrvatskim studijima je dvopredmetan i završava izradom radnje i naslovom prvostupnik (*baccalaureus*) Hrvatskih studija s naznakama struka koje su studenti završili.

Preddiplomski studij traje tri godine (šest semestara) i student stječe najmanje 180 bodova. U slučaju jednopredmetnog studija najveći broj bodova otpada na prvi studij (*maior*) – oko 126 bodova, 30 bodova nose temeljni zajednički predmeti za sve studije Hrvatskih studija, a 24 bodova nose izborni kolegiji izvan struke. U slučaju dvopredmetnog studija također najveći broj bodova otpada na prvi studij (*maior*) – ali oko 90 do 100 bodova, 30 bodova nose temeljni zajednički predmeti za sve studije Hrvatskih studija, a između 50 i 60 bodova nosi drugi predmet studija (*minor*).

b) Diplomski studij je – premda razlike nisu velike – načelno podijeljen u dva smjera: pedagoški i stručno-znanstveni. Oni se razlikuju u broju bodova koji se stječu iz grupe pedagoško-psiholoških-didaktičkih predmeta. S diplomom, kao *magistri*, studenti prvoga smjera su uz sve prethodno navedene mogućnosti s postignutim stupnjem prvostupnika (*bakalaureasom*) osposobljeni prvenstveno raditi u školama, a kao *magistri* struka na svim mjestima koja zahtijevaju kadrove kvalificirane u pojedinoj disciplini. Diplomski studiji su jednopredmetni,

traju četiri semestra ili dvije godine i na njima studenti stječu najmanje 120 bodova. U to bodovno opterećenje spada i izrada magistarskog rada.

c) Na poslijediplomskom studiju student se specijalizira iz pojedine struke i nakon šest semestara studija (180 bodova) stječe naslov doktora znanosti iz dotičnog polja – grane znanosti. Svaki poslijediplomski studij je specifičan i izrađen na poseban, različit način od drugih. Završava izradom doktorske disertacije.

#### Načela izrade programa

Svi studiji Hrvatskih studija kod izrade vlastitog programa koristili su se dosadašnjim programima, njihovim pozitivnim stranama, a nastojali su izbjeći negativnosti koje su se pojavljivale u provedbi i koncipiranju studija.

Kod izrade programa posebno su istaknuta načela:

- afirmiranje identiteta Hrvatskih studija utvrđivanjem i propisivanjem temeljenih zajedničkih predmeta za sve studije: svaki student mora pohađati po jedan kolegij koji nosi 5 ECTS bodova na drugim studijskim smjerovima i svaki studijski smjer obvezan je ponuditi barem tri takvih kolegija za sve studijske smjerove (izbor određenog kolegija podliježe preporuci studija kod kojeg je student upisao maior);
- jedinstvenim modelom svih studija u okviru Hrvatskih studija, tj. jedinstvenim trajanjem svih ciklusa studija (3+2+3);
- kombiniranje studija u preddiplomskom i dijelom diplomskom, te poslijediplomskom studiju, načelom izbornosti ili modularnosti;
- maksimalnim povezivanjem i prožimanjem svih studija u okviru Hrvatskih studija kako bi se smanjilo dupliranje i racionalizirala nastava;
- načelo jednosemestralnosti kod koncipiranja kolegija;
- maksimalno se nastojala postići i proširiti izbornost na svim studijima i Hrvatskim studijima u cjelini i ponuditi studentima maksimalna mogućnost da biraju i sami oblikuju svoj studij;
- Bakalaureatski rad od 6 bodova
- Magistarski rad od 15, odnosno 30 bodova
- Pohađanje nastavničkih predmeta tijekom 4. i 5. godine diplomskog studija
- Disertacija od 60 bodova
- Kod izrade syllabusa svakog kolegija bila su ključna dva glavna pitanja za određivanje ECTS-a: koliko minimalne nastave je potrebno i koliko je minimalne literature za ispit?

#### BA-MA model Hrvatskih studija

Pri konkretnom planiranju i programiranju ustroja svih studija korišteni su modeli i jedinstveni kriteriji. Cijeli postupak planiranja rađen je prema tzv. BA-MA modelu Hrvatskih studija, i koji znatnim dijelom već uspješno primijenjen na Studiju povijesti (ECTS bodovi, jednosemestralni kolegiji, nastava u radnim grupama) od 2003./2004. godine.

Okosnicu dosadašnjeg načina studiranja činili su predavanja pojedinih kolegija na svim studijskim smjerovima. Nastava je zbog toga činila najveći postotak ukupnog studijskog opterećenja svakog studenta. U prosjeku jednopredmetni studij nudi 40 kolegija za svoj predmet

tijekom čitavog studija, a dvopredmetni studij oko 30 kolegija za svoj predmet. Nastava obuhvaća u prosjeku 2610 sati tijekom čitavog jednopredmetnog studija, odnosno 1958 sati za prvi predmet. Ako se spomenutom broju nastavnih sati jednopredmetnog studija doda priprema za 40 ispita koja se isključivo temelji na učenje bilježaka sa predavanja, onda stvarno studijsko opterećenje svih kolegija zajedno (fizička prisutnost na predavanjima, priprema na ispit i sam ispit) iznosi 3310 sati ili 119 ECTS bodova, što iznosi gotovo 50% ukupnog studijskog opterećenja prema ECTS normama za četverogodišnji studij (240 ECTS). Preostalo studijsko opterećenje prema istim normama ne bi smjelo iznositi više od 840 do 1260 stranica literature, odnosno 3 ili 4 knjige po kolegiju!

#### Vrste studijskog opterećenja i ECTS bodovi

Kod revalorizacije postojećih planova i programa pojedinih studija na Hrvatskim studijima polazilo se od sljedećih vrsta studijskog opterećenja (student workload):

1. prisustvovanje na predavanjima:
  - 1 sat slušanja i bilježenja (max. 5 kartica teksta) - ukupno 1 sat
2. sudjelovanje u radnim grupama
  - 1 sat slušanja i bilježenja zahtijeva dodatna 2 sata priprema - ukupno 3 sata
3. pisanje (seminarskog) rada
  - za 1 karticu teksta (1800 slovnih znakova) treba 4 sata rada (2,5 sata istraživanja + 1,5 sata pisanja po kartici)
4. čitanje stručne literature
  - 1 sat za 10 stranica težeg teksta, odnosno
  - 1 sat za 15 stranica laganijeg teksta
5. učenje stručne literature
  - 1 sat za 6,25 stranice težeg teksta, odnosno
  - 1 sat za 7,8 stranice laganijeg teksta
6. stručni izlet
  - jednodnevni izlet - 10 sati

Kada se spomenute vrste studijskog opterećenja izraze u ECTS bodovima (prema načelu da je 1 ECTS bod = 29 sati studijskog opterećenja), onda po 1 ECTS nose sljedeća opterećenja:

- 29 sati prisustvovanje na predavanjima (max. 140 kartica teksta)
- 10 sati slušanja i bilježenja te dodatnih 19 sati priprema
- pisanje rada od 7 kartica teksta (1800 slovnih znakova)
- čitanje 290 stranica težeg teksta ili 435 stranica laganijeg teksta
- učenje 185 stranica težeg teksta ili 230 stranica laganijeg teksta
- trodnevni stručni izlet

#### Preddiplomski studij - jednopredmetni studij

god.	semestar	ECTS bodovi (180)																	
I.	1.																		
	2.																		
II.	3.																		
	4.																		

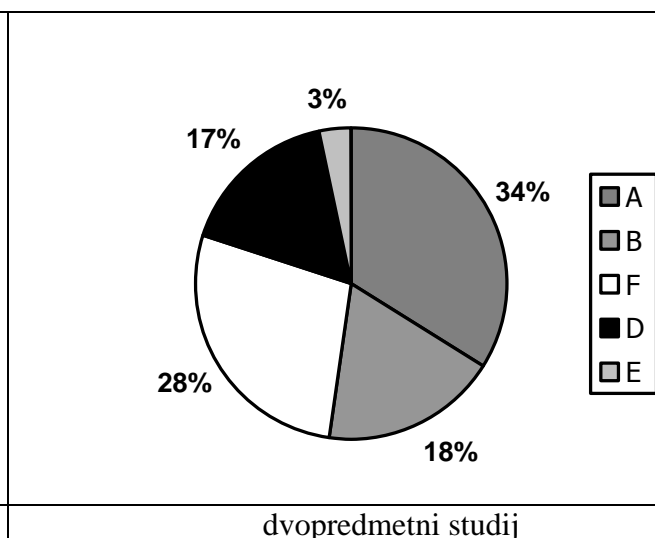
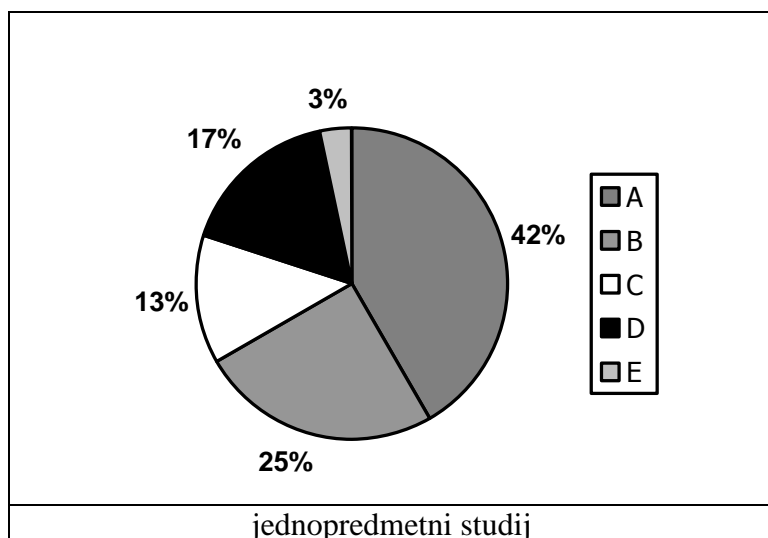
III.	5.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
	6.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	

- A predavanja unutar obvezatnih kolegija - 75 bodova
- B izborne radne grupe unutar obvezatnih kolegija - 45 bodova
- C izborni kolegiji (predavanja ili radne grupe) - 24 boda
- D temeljni zajednički predmeti TZP - 30 bodova
- E bakalaureatski rad – 6 bodova

Preddiplomski studij - dvopredmetni studij

god.	semestar	ECTS bodovi (180)																	
I.	1.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
	2.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
II.	3.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
	4.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
III.	5.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	
	6.	[Grid of colored squares representing ECTS credits]																	

- A maior - predavanja unutar obvezatnih kolegija - 61 bod
- B maior - izborni kolegiji (predavanja ili radne grupe) - 33 boda
- F minor - 50 bodova
- D temeljni zajednički predmeti TZP - 30 bodova
- E bakalaureatski rad – 6 bodova





## Poslijediplomski studij

god.	semestar	ECTS bodovi (180)																	
VI.	1.																		
	2.																		
VII.	3.																		
	4.																		
VIII.	5.																		
	6.																		

- A specijalizacija - 90 bodova
- B boravak na stranom sveučilištu - 30 bodova
- C doktorat - 60 bodova



# STUDIJ KOMUNIKOLOGIJE

## 1. UVOD

*a) Razlozi za pokretanje studija:*

- *procjena njegove svrhovitosti s obzirom na potrebe tržišta rada u javnom i privatnom sektoru:*

Komunikacija je osnovna komponenta svake osobe, skupine i društva. Cijela je ljudska povijest i povijest komunikacije, kao i čovjekovog razvoja. Komunikacija integrira znanje, organizaciju i moć, te je u današnjem društvu neophodno proučavati njezine mogućnosti ali i njezine probleme, vodeći posebno računa o razvoju različitih oblika i komunikacijskih sredstava. Hrvatsko društvo svakako treba stručnih osoba, istraživača i profesionalaca, koji će skladno integrirati teorijska znanja s profesionalnim kompetencijama, kreativno koristiti medije i biti na korist onima zbog kojih mediji i postoje, tj. javnosti.

Kako bi se taj cilj mogao što bolje ostvariti u okviru Hrvatskih studija 1996. godine pokrenut je Studij novinarstva. Njegovo se pokretanje pokazalo potrebnim zbog kontinuirane promjene društvenih okolnosti, sve veće potrebe za formiranjem komunikacijskih stručnjaka, te istraživanja hrvatske baštine na tom području i sadašnjega stanja hrvatskoga komunikacijskog sustava.

Sam «Smjer novinarstva» u današnjim okolnostima, zaslužuje ipak svojevrsno novo promišljanje, te ga valja prilagoditi i obogatiti – u prvome redu samom promjenom imena smjera, a onda još i daleko više sadržajno.

Naime, potreba za usklađivanjem s Bolonjskom deklaracijom s jedne je strane prilika, a s druge strane i zahtjev da se i hrvatska sveučilišta usklade s adekvatnim sveučilišnim studijima u Europskoj uniji i drugim zemljama razvijenoga svijeta. One su taj razvoj prošle posljednjih deset godina, te su njihova sveučilišta proširila i diferencirala područja svojih istraživanja i učenja koja u sve većem broju uzimaju naziv **komunikacijskih znanosti** (Communications, Kommunikationswissenschaft, Scienza della Comunicazione), za što se kod nas udomaćio pojam komunikologija. Osim toga, promjena imena smjera čini se sasvim opravdanom zbog brzoga razvoja znanstvenog istraživanja suvremenih komunikacija putem medija, naglog umnožavanja samih medija kao i povećanja njihove prisutnosti u životu suvremenog svijeta, te sve većeg značenja odnosa s javnošću i gospodarskih komunikacija, što je usko povezano s novinarstvom.

- *njegova povezanost sa suvremenim znanstvenim spoznajama i/ili na njima temeljenim vještinama:*

Većina predstavnika komunikologije smješta je danas u područje empirijsko-društvenih znanosti i u tom se kontekstu njome bavi, premda ona ima svoje humanističke korijene i takve još uvijek prisutne elemente. U istraživanju i teoretskom pristupu naglašava se interdisciplinarnost, te se komunikologija neprestano služi spoznajama drugih znanosti, koje se opet sa svoje strane služe spoznajama komunikologije. Iznad svega to vrijedi za sociologiju, psihologiju, politologiju, pedagogiju, informatiku. Tome se u posljednje vrijeme pridružuje i struka koja se bavi medijima, a njezini zastupnici dolaze s područja jezikoslovlja i znanosti o književnosti te medijske didaktike; ona se bavi formalnim vidovima masovnih medija, posebno televizije, njihovim kulturnim dostignućima i estetikom medija. U okviru toga ostaje i dalje povijest medija, na temelju koje se bolje mogu shvatiti kulturni i socijalni fenomeni te uloga medija danas. Isto se tako s komunikologijom vežu odnosi s javnošću te komunikacije u gospodarstvu i organizacijama.

- *njegova usporedivost s programima uglednih inozemnih visokih učilišta, posebno onih iz zemalja Europske unije:*

Tu terminologiju preuzima i zakonska regulativa u zemljama Europske unije. Takvi studiji obuhvaćaju onda, osim (praktičnoga) novinarstva, studij masovne komunikacije i medija, uključujući nove medije, odnose s javnošću i tržišne komunikacije, te interpersonalnu komunikaciju. Kao primjer takvog studija navodimo Institut für Kommunikationswissenschaft Salzburg (Austrija) i College of Journalism and Communications University of Florida (SAD).

*b) Dosadašnja iskustva predlagača u provođenju ekvivalentnih ili sličnih programa.*

Studij novinarstva postoji na Hrvatskim studijima već osam godina i dosada se pokazao kvalitetnim, što se očituje u sve većem broju kandidata koji se iz godine u godinu prijavljuju za upis. Nastavno osoblje koje je studij vodilo do sada i novi nastavnici koji se angažiraju, osmislili su novi koncept i mogu ga uspješno ostvarivati.

*c) Mogući partneri izvan visokoškolskog sustava koji su pokazali interes, ili bi mogli biti zainteresirani za njegovo pokretanje.*

Kako je područje društvenih komunikacija danas u ekspanziji, potrebe su za odgovarajućim stručnjacima sve veće. Na to opet ukazuje kontinuirani porast broja maturanata koji se žele upisati na Hrvatske studije. Interes za završene stručnjake komunikologije pokazuju najprije mediji, a onda različite javne i privatne, društvene i gospodarske ustanove i organizacije, obrazovne ustanove, istraživačke agencije, itd.

*d) Otvorenost studija prema pokretljivosti studenata.*

Već sama činjenica da se studij komunikologije nalazi u okviru Hrvatskih studija u okruženju društvenih i humanističkih znanosti, nameće pokretljivost studenata kao logičan imperativ. Kombinacija studija s drugim smjerovima na Hrvatskim studijima daje studentima brojne mogućnosti stjecanja znanja, a onima koji završe studij optimalne šanse zapošljavanja. Isto tako je studij komunikologije otvoren za prelasku studenata na druge srodne studije u okviru Zagrebačkog sveučilišta ili drugih hrvatskih sveučilišta kao i u obrnutom smjeru. Suradnju s inozemnim sveučilištima i mogućnost studiranja naših studenata na njima i obratno uređuje se u okviru Hrvatskih studija i Zagrebačkoga sveučilišta.

*e) Ostale elemente i potrebne podatke, prema mišljenju predlagača.*

Upravo u tom pogledu ovaj studij u okviru Hrvatskih studija ima još jedno svoje specifično značenje. Naime, u našoj zemlji, koja ima relativno kratku i skromnu znanstvenu tradiciju na tom području, neophodno je osloniti se na rezultate postignute u velikim jezičnim područjima, no u isto je vrijeme neophodno istraživanje i poznavanje domaće situacije na područjima društvenih komunikacija, kako povijesno tako i suvremeno, te njegovanje onoga što je specifično hrvatsko. To je najviše na temelju čega možemo ravnopravno znanstveno komunicirati sa stručnjacima iz drugih zemalja. Valja pretpostaviti da oni to od nas i očekuju, naime, da dobro znanstveno istražimo i prezentiramo komunikacijske sustave i odnose u svojoj zemlji i eventualno u bližem okruženju. Treba pretpostaviti da će strani studenti koji dolaze studirati k nama upravo za to pokazati interes.

Svi studijski smjerovi na Hrvatskim studijima imaju sljedeće zajedničke karakteristike:

- prihvaćanje modela 3+2,
- šest temeljnih zajedničkih predmeta, dakle, student komunikologije mora tijekom tri godine pohađati kolegije na svim ostalim studijskim smjerovima (svaki kolegij nosi po 5 ECTS bodova, zajedno dakle 30 ECTS bodova),
- baccalaureatska radnja nosi 6 ECTS bodova, magisterij nosi 15 ECTS bodova za nastavni smjer, a 30 ECTS bodova za znanstveni smjer, disertacija nosi 60 ECTS bodova,
- edukacijski predmeti koji zajedno nose 60 ECTS bodova, pohađaju se na 4. i 5. godini.

## **OPĆI DIO**

### **2.1. Naziv studija.**

Studij komunikologije Hrvatskih studija

### **2.2. Nositelj studija i izvođač studija:**

Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Studij komunikologije (do sada: Studij novinarstva)

### **2.3. Trajanje studija:**

Preddiplomski studij traje tri godine (180 ECTS), diplomski studij traje dvije godine (120 ECTS).

### **2.4. Uvjeti upisa na studij:**

Za preddiplomski studij uvjet je maturalna svjedodžba završene srednje škole i polaganje razredbenog ispita. Za diplomski studij uvjet je bakalaureat iz komunikologije ili nekog drugog studija na Hrvatskim studijima s položenim uvjetima za drugi predmet iz komunikologije ili nekog drugog fakulteta Zagrebačkog sveučilišta uz eventualno polaganje diferencija.

### **2.5. Preddiplomski studij:**

Preddiplomski studij služi temeljnoj uvodnoj izobrazbi i kvalifikaciji za profesionalno djelovanje na raznim područjima društvene komunikacije koje zahtijevaju stručne vještine ili primjenu znanstvenih metoda. Konkretni ciljevi naobrazbe su:

- osnovno poznavanje procesa u međusobnoj i masovnoj komunikaciji, te u strukturi i organizaciji medija,
- sposobnost za interdisciplinarni pristup analizi i oblikovanju komunikacijskih procesa u odnosima s javnošću ili gospodarskoj komunikaciji,
- stjecanje temeljnih vještina potrebnih u zvanjima novinara izvjestitelja u medijima (u tisku, izvještajnim agencijama, na radiju i televiziji, te na Internetu i drugim u multimedijским sustavima), suradnika u izdavačkim poduzećima, pripravnika u odjelima za odnose s javnošću, pomoćnika u agencijama istraživanja javnoga mnijenja, nastavnika medijske kulture (u kombinaciji s nastavničkim studijima) i slično;
- osposobljavanje za stručni pristup u rješavanju praktičnih problema vlastitoga zvanja, te za refleksiju društvenih zadaća i funkcioniranja masovne komunikacije,
- usvajanje etičke svijesti odgovornosti u komunikacijskim zvanjima.

Bakalaureat iz komunikologije omogućava upis u diplomski studij komunikologije na Hrvatskim studijima, ili nekog drugog smjera na Hrvatskim studijima (uz zadovoljavanje propisanih uvjeta) ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi (ukoliko student ispuni minimalne uvjete koje ta traži).

Kolegiji za studente u prvoj godini preddiplomskog studija u prvoj godini komunikologije jedinstveni su za sve studente, a od druge godine omogućuje se studentima da biraju između tri profila: teoriju i praksu tiskovnih medija i agencija, ili elektroničkih medija, ili odnosa s javnošću (po 10 ECTS-a), s time da dio predavanja i vježbi ostaje za sve isti (31 ECTS). Osim toga studenti upisuju izborne predmete u struci i izvan struke (9 bodova).

Postoji mogućnost da student svoje izborne kolegije i one koji su zajednički iz drugih smjerova Hrvatskih studija kombinira tako da stekne uvjete za diplomski studij na nekom od drugih smjerova Hrvatskih studija.

### **2.6. Diplomski studij:**

Diplomski studij služi produblivanju i dopunjavanju znanstvenih i stručnih kompetencija na temelju preddiplomskog studija. Konkretni ciljevi su:

- stjecanje sposobnosti i vještina potrebnih za suradničke i vodeće poslove u komunikacijskim zvanjima (novinara i urednika u medijima, suradnika ili voditelja u odjelima za odnose s

javnošću, istraživača u agencijama za istraživanje javnoga mnijenja odn. tržišta, znanstvenog novaka u istraživačkom timu na sveučilištu ili na znanstvenom institutu).

- usvajanje znanja potrebnih za samostalnu obradu znanstvenih pitanja kako glede sadržaja tako i metoda,

- uvođenje u diskurzivni pristup komunikacijskim znanstvenim pitanjima te osposobljavanje za stvaranje samostalnoga i utemeljenoga stajališta u susretu s mnogostrukim znanstvenim teorijama, metodama i učenjima,

- posebno se stavlja naglasak na interdisciplinarnost kroz integraciju različitih znanstvenih pristupa,

- produbljivanje etičke svijesti odgovornosti te spoznaje društvenih, gospodarskih i pravnih okvira komunikacijskoga djelovanja.

Završetkom magistarskog studija student stječe uvjete za natječaj pri upisu na poslijediplomski studij komunikologije na Hrvatskim studijima.

Diplomski studij omogućuje veću diferencijaciju u stručnoj i znanstvenoj formaciji studenata. Stoga oni, osim što svi pohađaju temeljne stručne kolegije (30 bodova ECTS-a), mogu birati profile: mediji (25 bodova), znanstveno istraživanje masovne komunikacije (28 bodova) i odnosi s javnošću (29 bodova), kao i cijeli niz izbornih predmeta u struci i izvan struke (30 bodova) pri čemu se novinari mogu odlučiti i za trajektorije (module) unutar studija ili na drugim studijima u okviru Hrvatskih studija (npr. europski studiji, povijest, kroatologija itd.), koji im daju osnovu za specijalizaciju na tim područjima.

## **2.7. Predlaže se pokretanje studijskog programa u kojem su preddiplomski i diplomski dijelovi objedinjeni u jednu cjelinu?**

Ne. Komunikacijskim zvanjima, posebno novinarima, odgovara sustav 3+2 godine, jer ih talent (ako je izrazit) obično privuče u praksu. Stoga ima mnogo novinara koji nemaju završen fakultet. Takvima će lakše biti završiti trogodišnji prvi stupanj, otići u praksu, pa kad im bude potrebno završiti drugi dio.

## **2.8. Stručni ili akademski naziv ili stupanj koji se stječe završetkom studija:**

Završetkom preddiplomskog studija komunikologije stječe se akademski naziv prvostupnik, -ca (baccalaureas, baccalaurea) komunikologije Hrvatskih studija.

Završetkom diplomskog studija komunikologije stječe se akademski naziv magistra komunikologije Hrvatskih studija.

### 3. OPIS PROGRAMA

#### 3.1. Popis obveznih i izbornih predmeta i/ili modula s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS-bodova.

Studij komunikologije Hrvatskih studija podijeljen je na ukupno trinaest glavnih predmeta, od kojih su jedni okrenuti praksi u novinarstvu i odnosima s javnošću, drugi usmjereni na znanstveno istraživanje masovne komunikacije, a treći imaju značenje pomoćnih predmeta. Novinarsku praksu obuhvaćaju predmeti: Agencijsko i tiskovno komuniciranje, Radijsko i televizijsko komuniciranje te Odnosi s javnošću. Znanstvenim istraživanjem medijske komunikacije bave se predmeti: Znanstvene osnove komunikologije, Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija, Istraživanje u masovnoj komunikaciji, Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji, Politika i društvo u masovnoj komunikaciji, Povijest novinarstva i masovne komunikacije, Ekonomija i masovna komunikacija te Deontologija masovne komunikacije. Pomoćnu ulogu u ovom skupu predmeta imaju: Engleski jezik u novinarstvu i Govorništvo u novinarstvu. Svaki nastavni predmet podijeljen je na nekoliko obvezatnih i izbornih kolegija koji su prema zahtjevnosti i dubini obrade podijeljeni na preddiplomsku i diplomsku fazu studija, kako je navedeno u priloženom programu Studija komunikologije Hrvatskih studija.

#### ad. 3.1

#### STUDIJ KOMUNIKOLOGIJE HRVATSKIH STUDIJA

##### 1. Preddiplomski studij (180 bodova)

##### jednopedmetni studij

##### 1. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>90</b>			<b>9</b>
Uvod u novinarstvo	1+1	(30)	1	4	
Oblici novinarske komunikacije	0+4	(60)	2	5	
<b>Povijest novinarstva i masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Opća povijest medija i komunikacije	1+1	(30)	2	4	
<b>Znanstvene osnove komunikologije</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Osnove komunikologije	1+1	(30)	1	5	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Uvod u metode društvenih istraživanja i statistiku	2+0	(30)	2	5	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>6</b>
Jezično-stilske vježbe	0+4	(60)	1	6	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Informatika za komunikologiju	0+2	(30)	2	4	
Izborni kolegiji u struci ili izvan struke	-	-	1 i/ili 2		<b>18</b>
Temeljni zajednički predmet HS (TZP) – 1	-	-	1 i/ili 2		<b>5</b>
TZP – 2	-	-	1 i/ili 2		<b>5</b>
UKUPNO					<b>60</b>

##### 2. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Govorništvo u masovnom komuniciranju</b>		<b>60</b>			<b>5</b>
Stilistika u medijskoj komunikaciji	0+4	(60)	3	5	
<b>Znanstvene osnove komunikologije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Semiotika u masovnom komuniciranju	1+1	(30)	3	4	

<b>Povijest novinarstva i masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Povijest medijske komunikacije u Hrvatskoj	1+1	(30)	3	4	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>60</b>			<b>8</b>
Informativni sustavi Republike Hrvatske	1+1	(30)	4	4	
Statistika za komunikacijske znanosti	1+1	(30)	3	4	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Novinarska etika	1+1	(30)	4	4	
<b>Engleski jezik u masovnoj komunikaciji</b>		<b>120</b>			<b>6</b>
Engleski jezik u novinarstvu	0+4	(60)	3	3	
Pisanje na engleskom jeziku	0+4	(60)	4	3	
Obavezni izborni smjerovi	-	-	3-4		<b>10</b>
Izborni kolegiji u struci ili izvan struke	-	-	3 i/ili 4		<b>9</b>
TZP – 3	-	-	3 i/ili 4		<b>5</b>
TZP – 4	-	-	3 i/ili 4		<b>5</b>
<b>UKUPNO</b>					<b>60</b>

Smjer Agencijsko i tiskovno komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>90</b>			<b>10</b>
Teorije i sustavi agencijskog komuniciranja	2+2	(60)	3-4	6	
Magazini i revije	1+1	(30)	4	4	
<b>UKUPNO</b>					<b>10</b>

Smjer Radijsko i televizijsko komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Radijsko i televizijsko komuniciranje</b>		<b>90</b>			<b>6</b>
Teorije i sustavi radijskog komuniciranja	2+2	(60)	3-4	6	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Tehnike elektroničkih medija	1+1	(30)	4	4	
<b>UKUPNO</b>					<b>10</b>

Smjer Odnosi s javnošću

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Odnosi s javnošću</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Uvod u odnose s javnošću	1+1	(30)	3	5	
<b>Ekonomija i masovna komunikacija</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Osnove marketinga	1+1	(30)	4	5	
<b>UKUPNO</b>					<b>10</b>

3. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Povijest novinarstva i masovne komunikacije</b>		<b>60</b>			<b>8</b>
Pulicistika	1+1	(30)	5	4	
Povijesni pregled istraživanja masovne komunikacije	1+1	(30)	6	4	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Teorije medija i masovne komunikacije	1+1	(30)	5	5	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Pravni aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	6	4	
<b>Engleski jezik u masovnoj komunikaciji</b>		<b>120</b>			<b>6</b>
Engleski jezik – novinarski prijevod	0+4	(60)	5	3	
Suvremeni engleski jezik u medijskoj kulturi	0+4	(60)	6	3	
<b>Baccalaureatski rad</b>	-	-	6		<b>6</b>
Obavezni izborni smjerovi			5-6		<b>16</b>
Izborni kolegiji u struci ili izvan struke	-	-	5 i/ili 6		<b>5</b>

TZP - 5	-	-	5 i/ili 6		<b>5</b>
TZP - 6	-	-	5 i/ili 6		<b>5</b>
UKUPNO					<b>60</b>

Smjer Agencijsko i tiskovno komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Grafički dizajn i tisak	1+1	(30)	6	4	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>105</b>			<b>12</b>
Teorije i sustavi tiskovnog komuniciranja	2+2	(60)	5-6	6	
Izborna radna grupa 1	0+2	(15)	6	3	
Novinarsko istraživanje i analitika	0+2	(30)	5	3	
UKUPNO					<b>16</b>

Smjer Radijsko i televizijsko komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Istraživanje novinarske dokumentacije i arhiva	2+0	(30)	5	3	
<b>Radijsko i televizijsko komuniciranje</b>		<b>90</b>			<b>10</b>
Teorije i sustavi televizijskog komuniciranja	2+2	(60)	5-6	6	
Vizualna komunikacija	1+1	(30)	5	4	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>					<b>3</b>
Retorika	0+2	(30)	6	3	
UKUPNO					<b>16</b>

Smjer Odnosi s javnošću

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Ekonomija i masovna komunikacija</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Publicitet	1+1	(30)	5	5	
<b>Odnosi s javnošću</b>		<b>45</b>			<b>8</b>
Odnosi s javnošću u djelatnostima	1+1	(30)	3	5	
Izborna radna grupa 1	0+2	(15)	5i/ili 6	3	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Retorika	0+2	(30)	6	3	
UKUPNO					<b>16</b>

UVJETI ZA PRIJELAZ IZ GODINE U GODINU

- Masno označeni predmeti obvezatni su.

<sup>1</sup> Sati aktivne nastave. Masno označeni sati odnose se na cijeli predmet, a sati u zagradama na pojedini kolegij.

- Student tijekom studija obvezatno pohađa šest različitih kolegija na drugim studijskim smjerovima (Temeljni zajednički predmeti) neovisno o godini studiranja, osim ako za upis ne postoje posebni uvjeti.

- Uvjet za prijelaz iz godine u godinu je stjecanje barem 45 bodova (od toga najmanje 25 iz obvezatnih predmeta) po godini.

## dvopredmetni studij - komunikologija kao maior

### 1. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Uvod u novinarstvo	1+1	(30)	1	4	
<b>Povijest novinarstva i masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Opća povijest medija i komunikacije	1+1	(30)	2	4	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>6</b>
Jezično-stilske vježbe	0+4	(60)	1	6	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>60</b>			<b>5</b>
Oblici novinarske komunikacije	0+4	(60)	2	5	
TZP - 1	-	-	1 i/ili 2		<b>5</b>
TZP - 2	-	-	1 i/ili 2		<b>5</b>
Minor	-	-	1-2		<b>31</b>
UKUPNO					<b>60</b>

### 2. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>5</b>
Stilistika u medijskoj komunikaciji	0+4	(60)	3	5	
<b>Znanstvene osnove komunikologije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Semiotika u masovnom komuniciranju	1+1	(30)	3	4	
<b>Povijest novinarstva i masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Povijest medijske komunikacije u Hrvatskoj	1+1	(30)	3	4	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Informativni sustavi Republike Hrvatske	1+1	(30)	4	4	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Novinarska etika	1+1	(30)	4	4	
Obavezni izborni smjerovi	-	-	3-4		<b>10</b>
TZP - 3	-	-	3 i/ili 4		<b>5</b>
TZP - 4	-	-	3 i/ili 4		<b>5</b>
Minor	-	-	3-4		<b>19</b>
UKUPNO					<b>60</b>

#### Smjer Agencijsko i tiskovno komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>90</b>			<b>10</b>
Teorije i sustavi agencijskog komuniciranja	2+2	(60)	3-4	6	
Magazini i revije	1+1	(30)	4	4	
UKUPNO					<b>10</b>

#### Smjer Radijsko i televizijsko komuniciranje

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Radijsko i televizijsko komuniciranje</b>		<b>60</b>			<b>6</b>
Teorije i sustavi radijskog komuniciranja	2+2	(60)	3-4	6	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Tehnike elektroničkih medija	1+1	(30)	4	4	
UKUPNO					<b>10</b>

### 3. GODINA

naziv kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	



<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Povijest istraživanja masovne komunikacije	1+1	(30)	6	4	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Pravni aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	6	4	
<b>Baccalaureatski rad</b>	-	-	6		<b>6</b>
Obavezni izborni smjerovi			5-6		<b>16</b>
TZP - 5	-	-	5 i/ili 6		<b>5</b>
TZP - 6	-	-	5 i/ili 6		<b>5</b>
Minor	-	-	5-6		<b>20</b>
<b>UKUPNO</b>					<b>60</b>

Smjer Agencijsko i tiskovno komuniciranje

<b>naziv predmeta / kolegija</b>	<b>p+s/v</b>	<b>sati AN<sup>1</sup></b>	<b>seme-star</b>	<b>ECTS</b>	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>4</b>
Grafički dizajn i tisak	1+1	(30)	6	4	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>105</b>			<b>12</b>
Teorije i sustavi tiskovnog komuniciranja	2+2	(60)	5-6	6	
Izborna radna grupa 1	0+2	(15)	6	3	
Novinarsko istraživanje i analitika	0+2	(30)	5	3	
<b>UKUPNO</b>					<b>16</b>

Smjer Radijsko i televizijsko komuniciranje

<b>naziv predmeta / kolegija</b>	<b>p+s/v</b>	<b>sati AN<sup>1</sup></b>	<b>seme-star</b>	<b>ECTS</b>	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Istraživanje novinarske dokumentacije i arhiva	2+0	(30)	5	3	
<b>Radijsko i televizijsko komuniciranje</b>		<b>90</b>			<b>10</b>
Teorije i sustavi televizijskog komuniciranja	2+2	(60)	5-6	6	
Vizualna komunikacija	1+1	(30)	5	4	
<b>Govorništvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Retorika	0+2	(30)	6	3	
<b>UKUPNO</b>					<b>16</b>

#### UVJETI ZA PRIJELAZ IZ GODINE U GODINU

- Masno označeni predmeti obvezatni su.

<sup>1</sup> Sati aktivne nastave. Masno označeni sati odnose se na cijeli predmet, a sati u zagradama na pojedini kolegij.

- Student tijekom studija obvezatno pohađa šest različitih kolegija na drugim studijskim smjerovima (Temeljni zajednički predmeti) neovisno o godini studiranja, osim ako za upis ne postoje posebni uvjeti.

- Uvjet za prijelaz iz godine u godinu je stjecanje barem 20 bodova (od toga najmanje 15 iz obvezatnih predmeta) po godini.

° Student obvezatno pohađa glavne kolegije predmeta (predavanja o općoj ili hrvatskoj povijesti) i mora položiti barem dvije radne grupe do kraja studija i to jednu iz opće povijesti i jednu iz hrvatske povijesti bilo kojeg predmeta.

- Ukoliko se radna grupa ne ponovi ona se ne može prenositi u višu godinu.

#### IZBORNI KOLEGIJI U STRUCI

<b>naziv predmeta / kolegija</b>	<b>p+s/v</b>	<b>sati AN<sup>1</sup></b>	<b>seme-star</b>	<b>ECTS</b>	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>					
Fotografija u tiskanim medijima	0+2	(30)	5	4	
Sportsko novinarstvo	0+2	(15)	5 ili 6	3	
Kriminalističko novinarstvo	0+2	(15)	5 ili 6	3	
<b>Odnosi s javnošću</b>					
Odnosi s javnošću u kulturi i sportu	0+2	(15)	5 ili 6	3	

Odnosi s javnošću u vladi i strukturama vlasti	0+2	(15)	5 ili 6	3	
Korporativno komuniciranje	0+2	(15)	5 ili 6	3	
Komuniciranje u organizaciji	0+2	(15)	5 ili 6	3	
<b>Ostali kolegiji:</b>					
Akadska pismenost	1+1	(30)	1	4	
Medijska pismenost	1+1	(30)	3	4	
Znanost u novinarstvu	0+2	(30)	3	4	
Mediji u Europskoj uniji	1+1	(30)	5	5	
Medijski nastup i glasnogovorništvo	0+2	(30)	5	4	
Engleski jezik					
Njemački jezik					
Informatika					

## 2. Diplomski studij (120 bodova)

### Znanstveni smjer

#### 4. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>10</b>
Metodologija istraživanja masovne komunikacije	1+1	(30)	7	5	
Djelotvornost medija	1+1	(30)	8	5	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>		<b>60</b>			<b>10</b>
Zakoni medijskog tržišta	1+1	(30)	9	5	
Specijalistička radna grupa 1	0+2	(30)	9	5	
Obavezni izborni smjerovi	-		7 - 8		<b>18</b>
Izborni kolegiji	-	-	7 i/ili 8		<b>22</b>
UKUPNO					<b>60</b>

#### Smjer Mediji

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Politika i društvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>10</b>
Masovna komunikacija i novinarstvo u suvremenim uvjetima	1+1	(30)	7	5	
Politološki aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	7	5	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>		<b>60</b>			<b>8</b>
Profesija novinar	0+2	(30)	7	4	
Specijalistička radna grupa 1	0+2	(30)	8	4	
UKUPNO					<b>18</b>

#### Smjer Znanstveno istraživanje masovnih komunikacija

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Politika i društvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>60</b>			<b>10</b>
Masovna komunikacija i novinarstvo u suvremenim uvjetima	1+1	(30)	7	5	
Politološki aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	7	5	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Istraživanje javnog mnijenja	1+1	(30)	8	5	
Komunikacijska psihologija*	1+1	<b>30</b>	7 ili 8		<b>3</b>
UKUPNO					<b>18</b>

\*kolegij je ponuđen na smjeru Psihologija Hrvatskih studija

#### Smjer Odnosi s javnošću

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Ekonomija i masovna komunikacija</b>		<b>60</b>			<b>10</b>
Izravni marketing	1+1	(30)	7	6	
Specijalistička radna grupa 1	0+2	(30)	8	4	
<b>Istraživanja u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Istraživanje javnog mnijenja	1+1	(30)	8	5	
Psihologija marketinga*	1+1	<b>30</b>	7 ili 8		<b>3</b>
UKUPNO					<b>18</b>

\*kolegij je ponuđen na smjeru Psihologija Hrvatskih studija

## 5. GODINA

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Politika i društvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Kulturološki aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	8	5	
Istraživački projekt	0+2	<b>30</b>	9		<b>5</b>
Obavezni izborni smjerovi			9		<b>13</b>
Izborni kolegiji	-	-	9 i/ili 10		<b>7</b>
<b>Magisterski rad</b>	-	-	9 ili 10		<b>30</b>
UKUPNO					<b>60</b>

## Smjer Mediji

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Rizici masovnog komuniciranja	1+1	(30)	9	5	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Masovne komunikacije i novi mediji	1+1	(30)	9	5	
<b>Radijsko i televizijsko komuniciranje</b>		<b>30</b>			<b>3</b>
Proizvodni proces medija	0+2	(30)	9	3	
UKUPNO					<b>13</b>

## Smjer Znanstveno istraživanje masovne komunikacije

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Teoretski aspekti masovne komunikacije i medija</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Rizici masovnog komuniciranja	1+1	(30)	9	5	
<b>Politika i društvo u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Sociološki aspekti masovne komunikacije	1+1	(30)	9	5	
Psihologija masmedija*	1+1	<b>30</b>	9		<b>3</b>
UKUPNO					<b>13</b>

\*kolegij je ponuđen na smjeru Psihologija Hrvatskih studija

## Smjer Odnosi s javnošću

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Odnosi s javnošću</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Pravne i etičke norme odnosa s javnošću	1+1	(30)	9	5	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>		<b>30</b>			<b>5</b>
Masovne komunikacije i novi mediji	1+1	(30)	9	5	
Psihologija masmedija*	1+1	<b>30</b>	9		<b>3</b>
UKUPNO					<b>13</b>

\*kolegij je ponuđen na smjeru Psihologija Hrvatskih studija

## UVJETI ZA PRIJELAZ IZ GODINE U GODINU

- Masno označeni predmeti obvezatni su.

<sup>1</sup> Sati aktivne nastave. Masno označeni sati odnose se na cijeli predmet, a sati u zagradama na pojedini kolegij.

- Uvjet za prijelaz iz godine u godinu je stjecanje barem 45 bodova (od toga najmanje 25 iz obvezatnih kolegija) po godini.

IZBORNI KOLEGIJI U STRUCI

naziv predmeta / kolegija	p+s/v	sati AN <sup>1</sup>	seme-star	ECTS	
<b>Agencijsko i tiskovno komuniciranje</b>					
Poslovno novinarstvo	0+2	(30)	7 ili 8	4	
Političko novinarstvo	0+2	(30)	7 ili 8	4	
Online novinarstvo	0+2	(30)	7 ili 8	4	
<b>Tehnike i tehnologije u masovnoj komunikaciji</b>					
Digitalne tehnologije u novinarstvu	1+1	(30)	7	5	
<b>Odnosi s javnošću</b>					
Metode javne promocije znanosti	1+1	(30)	7	5	
<b>Ekonomija i masovna komunikacija</b>					
Multimedijski marketing	0+2	(30)	7 ili 8	4	
Priprema događaja i sponzorstvo	0+2	(30)	7 ili 8	4	
Imidž, upravljanje ugledom i lobiranje	0+2	(30)	7 ili 8	4	
Komunikacijske i prezentacijske tehnike	0+2	(30)	7 ili 8	4	
<b>Deontologija masovne komunikacije</b>					
Strateško razmišljanje	0+2	(30)	7 ili 8	5	
Metode prikupljanja i analize poslovne informacije	0+2	(30)	7 ili 8	5	
Upravljanje rizikom i krizno komuniciranje	0+2	(30)	7 ili 8	5	
<b>Ostali kolegiji</b>					
Religiozno novinarstvo	0+2	(30)	7	5	
Vanjsko-političko novinarstvo	0+2	(30)	7	5	
Hrvatski mediji i politika	0+2	(30)	7	5	

Način praćenja uspješnosti tokom izvedbe predmeta: Provjera kvalitete i uspješnosti izvedbe studijskog programa vršit će se kombiniranjem unutrašnje i vanjske evaluacije pojedinih nastavnih predmeta i kolegija. Unutrašnju evaluaciju činit će šesteročlani tim nastavnika (3) i studenata (3) na temelju općih smjernica za određivanje kvalitete i studijskog opterećenja (ECTS) te provedene ankete među studentima na kraju akademske godine. Vanjska evaluacija realizirat će se redovitim kontaktiranjem kolega sličnih ili srodnih predmeta i/ili kolegija na sveučilištima i fakultetima koji su određeni kao benchmark. O rezultatima evaluacija raspravljat će se na nastavničkom vijeću Studija kroatologije i Stručnom vijeću Hrvatskih studija.

**3.2. Opis svakog predmeta/kolegija (PO REDOSLIJEDU IZVOĐENJA):**

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Uvod u novinarstvo</b>		
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija uvesti studente u strukturu i funkcije novinarstva, upoznati ih sa suvremenim žanrovima i uputiti u specifičnosti novinarskog poziva u suvremenom pluralističkom društvu. Kolegij osposobljava kandidate za razumijevanje osnovnih pojmova iz novinarstva kao teorije i prakse, te omogućava snalaženje u daljnjem tijeku studija.		
Sadržaj kolegija	Što je to novinarstvo? Pregled povijesnog razvoja profesije i njenog mjesta te značaja u društvu. Osnovne značajke suvremenog novinarstva. Novinarstvo od vještine do znanstvenog istraživanja. Mjesto novinarstva u proučavanjima drugih znanosti - lingvistika, sociologija, psihologija, politologija, pravo, povijest, ekonomija. Osnovni pojmovi u novinarstvu. Novinarska načela. Oblici novinarskog izražavanja - razvoj kroz povijest novinarstva, vrste, stvaralačke značajke. Novinarske tehnike i tehnologija. Novinari i njihovo osposobljavanje. Organizacija medija. Novi mediji. Posebne vrste novinarstva. Normativni akti novinarstva. Novinarske organizacije.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama, 25% seminarski rad, 50% ispit.		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Marko SAPUNAR, Osnove znanosti o novinarstvu, III. dopunjeno i izmijenjeno izdanje, Sveučilište u Zagrebu, Naprijed 2000., 390 str.; Josip GRBELJA / Marko SAPUNAR: Novinarstvo, Teorija i praksa, MGC, Zagreb, 1994. str. 19-80.; Heinz PUERER, Einfuehrung in die Publizistikwissenschaft, Fragestellungen Theoriensatze, Forschungstechniken Uni Papers, München, 1994., 200 str.</b>  <b>Preporučena:</b> B. Brooks, G. Kennedy, D. Moen, Don Ranly: News – Reporting and Writing, New York 1992.; D. Bobić: Što je s događajem, Zagreb 1987.; B. Brooks, G. Kennedy i dr.: Workbook for News Reporting and Writing, New York 1992.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Opća povijest medija i komunikacije</b>		
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana prva godina</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je ovoga kolegija da prikaže bitne smjerove razvoja novinarstva, te u svezi s tim ukaže i na ovisnosti toga razvoja o razvoju društva kao i novinarske tehnologije. Studenti trebaju biti osposobljeni da se snalaze u povijesnoj literaturi, te da je koriste u znanstvene i novinarske svrhe.		
Sadržaj kolegija	Istraživanje povijesti novinarstva. Rani oblici javnog komuniciranja u usmenim civilizacijama. Počeci novinarstva u pismenim civilizacijama. Otkriće tiska i razvoj tiskarstva. Počeci i razvoj periodičnoga tiska u europskim zemljama, SAD, Kini, Japanu te zemljama u razvoju. Normativno reguliranje novinarstva. Nastanak i razvoj agencija. Radio. Televizija. Novi mediji.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima, 25% sudjelovanje u raspravama, 50% ispit		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Marko SAPUNAR, Opća povijest novinarstva, Zagreb 2002., 260 str.; G. BOYLE, J. CURRAN, P. WINGATE (ed.): Newspaper History, New York 1978.; Martin D. CONBOY: Journalism: A Critical History, SAGE Publications, 2004., 256 str.</b>  <b>Preporučena:</b> Irving FANG, A History of Mass Communication: Six Information Francis WILLIAMS, The Right to Revolutions, Focal Press, 1997.; Mitchell STEPHENS, History of News: From Drum to the Satellite, Penguin USA, 1989.; Franics WILLIAMS, The Right Know, London 1969.; Giovanni GOZZINI, Storia del giornalismo, Paravia Bruno Mondadori Editori, 2000.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Osnove komunikologije	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Predavanja pružaju uvid u osnove komuniciranja i komunikologije, počevši od međuljudske komunikacije do komunikacije društva, s posebnim osvrtom na različite znanosti društvene komunikacije.	
Sadržaj kolegija	Teme: Stablo komunikacije: intra-personalna, inter-personalna, društvena, masovna; filozofska antropologija i filozofija jezika, lingvistika, psiholingvistika i sociolingvistika, pragmatika; Neverbalna komunikacija: jezik tijela, kinetika i prosemika; Semiotika: sustavi značenja i proces komunikacije; Hermeneutika; Teorijske tradicije: prijenos i ritual (teorija informacije, teorije komunikacije); Tehnologije, mediji i medijacije: sredstva i medijacija; Struktura i fenomenologija komunikacije: korisnost i granice komunikacijskih modela.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima. Pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature	
Način polaganja ispita	Pismeni test i usmeni ispit.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima i čitanje literature, 25% seminarski rad, 50% ispit	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>KUNCZIK, M. – ZIPFEL, A., Uvod u publicističku znanost i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb 1998; str. 247 ili PLENKOVIĆ, M., Komunikologija masovnih medija, Barbat, Zagreb 1993; str. 257.; Stephen W. Littlejton: Theories of Human Communication, Wadsworth Publishing Company, 1989, str. 290;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  NOVOSEL, P., Demokratski poziv komunikologije, u: Politička misao, 28(1991.)1, str. 77-87;  NOVOSEL, P., Istraživanje komunikacijskih strategija, u: Medijska istraživanja, 1(1995.)1, str. 17-32;  LABAŠ, D. Neverbalna komunikacija: tijelo kao produžetak duše, u: BARTLETT, Dj. (ur.), Tijelo u tranziciji, Zagreb 1999., str. 70-78;  NÖTH, W., Priručnik semiotike, Ceres, Zagreb 2004, str. 293-322;  AA.VV., Etica, comunicazione, comunicazioni di massa. Documento del gruppo di giovani studiosi dell'Istituto di Scienze della comunicazione e dello Spettacolo dell'Università del S. Cuore di Milano</p>	



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka:	<b>Kolegij: Uvod u metode društvenih istraživanja i statistiku</b>	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0</b> ) predavanja                      –                      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Osposobiti studente za pravilno provođenje društvenih istraživanja te korištenje, vrednovanje i interpretaciju dobivenih podataka uz uspješno savladavanje osnova statistike.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: metode - klasifikacija metoda istraživanja, glavne metode i tehnike istraživanja; podaci - izvori podataka i metode njihovog pribavljanja, primarni i sekundarni izvori; načini prikupljanja podataka - promatranje, eksperiment, intervju, anketa, itd.; matrica podataka; faze statističkog istraživanja - definiranje ciljeva istraživanja, identifikacija subjekta istraživanja; postavljanje hipoteza; izrada nacрта, metoda i tehnika istraživanja; postupak odabira uzorka; sastavljanje upitnika; određivanje načina prikupljanja podataka; prikupljanje podataka; priprema podataka za analizu; analiza sadržaja; interpretacija; formuliranje zaključaka i izrada izvještaja; mjerenje - pojam i vrste metrijskih svojstava istraživanja, postupci, teškoće utvrđivanja valjanosti istraživanja; mogući izvori grešaka istraživanja.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% seminarski rad, 60% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Vujević, Miroslav: Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti, Informator, Zagreb 1990, str. 186; Lamza Posavec Vesna, 2003.; Metode društvenih istraživanja, Zagreb 2004., str. 22-43, 49-70, 147-190; Gogala, Zdenka, Osnove statistike, Sinergija, Zagreb, 2001., str. 1-75; Zelenika, Ratko: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka 1998, str. 703</b>  <b>Preporučena:</b> Lamza Posavec Vesna, 2003.; Metode društvenih istraživanja, Zagreb 2004., str. 22-43, 49-70, 147-190;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Jezično-stilske vježbe</b>	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>6</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) — vježbe —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Produbiti kod studenata praktično znanje hrvatskoga standardnoga jezika, razviti im sigurnost u izražavanju suvremenim hrvatskim književnim jezikom, ponajprije u pismenom izražavanju, a zatim i usmenom.	
Sadržaj kolegija	<p>Osnovne vježbe su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Upoznavanje s normama hrvatskoga jezika i osnovnim normativnim priručnicima;</li> <li>2. Pravopisna norma, pismene vježbe;</li> <li>3. Fonološke značajke hrvatskoga jezika - vježbanje pravilnoga pisanja riječi u kojima se događa jednačenje po zvučnosti, jednačenje po mjestu tvorbe, jotovanje, palatalizacija, sibilizacija, ispadanje suglasnika iz suglasničkih skupova;</li> <li>4. Odabrani primjeri iz morfologije;</li> <li>5. Osnove tvorbe riječi, glasovne promjene u procesu tvorbe novih riječi;</li> <li>6. Odabrani primjeri iz sintakse;</li> <li>7. Osnove leksikologije, posuđenice i tuđice, njihova pravilna uporaba;</li> <li>8. Osnove frazeologije, prepoznavanje frazema u jeziku i određivanje njihova značenja te pravilnu uporabu;</li> <li>9. Upoznavanje s funkcionalnim stilovima standardnoga jezika, posebna pozornost je na vježbanju publicističkog stila.</li> </ol>	
Studentske obaveze	Prisustvovanje seminarima i sudjelovanje u raspravama, ispunjavanje zadataka i vježbi, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	ocjena rada tijekom semestra	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	30% prisustvovanje seminarima i sudjelovanje u raspravama, 70% ispunjavanje zadataka i vježbi	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Priručnici:</b>  <b>Babić, S. Finka, B. Moguš, M. Hrvatski pravopis (V., prerađeno izdanje), Školska knjiga, Zagreb, 2004.</b>  <b>Ham, S. Školska gramatika hrvatskoga jezika, Zagreb, Školska knjiga, 2002.</b>  <b>Težak, S. Hrvatski naš (ne)podobni, Školske novine, Zagreb, 2004.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Samardžija, M. Iz triju stoljeća hrvatskoga standardnog jezika (II., prošireno izdanje), Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2004.; Menac, A. Fink-Arsovski, Ž. Venturin, R. Hrvatski frazeološki rječnik, Naklada Ljevak, Zagreb, 2003.</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Informatika za komunikologiju</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) — informatički praktikum —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Cilj kolegija je iskazati mogućnosti suvremene informacijske tehnologije i njenu primjerenu uporabu u novinarstvu te osposobiti buduće novinare za uspješno snalaženje i rad s novim digitalnim medijima.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: od računala do komunikacijskih mreža; informatička pomagala/alati; obrada dokumenata i elektroničko izdavaštvo; tablični izračuni i baze podataka; komunikacijske usluge i Internet; informacijske baze i njihovo korištenje (zatvorena računala i CD-ROM); on-line istraživanje korištenjem komunikacijskih mreža; informacijski izvori u Internet okruženju; novi informacijski servisi i nov medijski prostor; multimedijски sustavi; interaktivni mediji.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i rad na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ocjena ukupnog rada.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	50% prisustvovanje seminaru, 50% rad na seminaru	
Literatura	<b>Obavezna:</b> F. Ružić: <b>Informacijsko-komunikacijski sustavi, Školska knjiga, Zagreb 1991.</b> ; F. Ružić: <b>Multimedija, Mozaik knjiga, Zagreb 1994.</b> ; F. Ružić: <b>Informacijsko-komunikacijske usluge i Internet, Mozaik knjiga, Zagreb 1995.</b> ; Đ. Težak: <b>Pretraživanja informacija na Internetu, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb 2002.</b>  <b>Preporučena:</b> M. Tuđman, <b>Teorija informacijske znanosti, Informator, Zagreb 1986.</b> ; M. Varga: <b>Baze podataka, DRIP, Zagreb 1992</b>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Oblici novinarske komunikacije	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) — vježbe —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Zadaća je kolegija stvoriti kod studenata rutinu pisanja i vladanja objektivnim novinarskim vrstama – viješću i izvještajem, te intervjuom, i poučiti ih kako prepoznati događaj vrijedan objavljivanja, kako doći do informacije i obraditi je da bi postala vijest ili izvještaj.	
Sadržaj kolegija	Obrađuju se sljedeće tematske cjeline: Od događaja do vijesti, komunikacijski kanal, Kako nastaju novine, Rad u uredništvu – desk, Izvori informacija, Uvod u objektivne novinarske vrste, Što je to vijest, Kvalitete vijesti / nedostaci vijesti, Vrste vijesti, Načini pisanja vijesti, Flash vijest, Standardna vijest, Vijest u nizu, vijest u povodu, Selektivno slušanje i čitanje. Izvještavanje s terena, Skraćivanje teksta, navođenje i citiranje, Embargo – državna tajna - ispravak, Pravilo obrnute piramide – pisanje glave vijesti, Proširena vijest, Izvještaj – vrste, pravila pisanja, Tiskovna konferencija, Pisanje za radio i TV, Intervju – izbor sugovornika, priprema za intervju, obrada intervjua, autorizacija.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje seminarima, aktivno sudjelovanje u radu improvizirane redakcije te redovito ispunjavanje novinarskih zadataka	
Način polaganja ispita	Ocjena ukupnog rada tijekom semestra	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	60% rad na seminarima i ispunjavanje zadataka, 40% čitanje i učenje literature	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>News Reporting and Writing, (The Missouri Group / School of Journalism – University of Missouri at Columbia), New York (dostupno u knjižnici), 420 str.; Drago BOBIĆ, Što s događajem: o umijeću novinskog obavještavanja, Informator, Zagreb, 1987., 91 str.; Jospi GRBELJA, Marko SAPUNAR, Novinarstvo – teorija i praksa, MGC, Zagreb, 1993., str. 83. - 195;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Stjepan MALOVIĆ, Gordana VILOVIĆ, Znanja za bolje novinarstvo: novinarska radionica HND-a 1997. – 1998, Izvori, Zagreb, 1999.; Sapunar, Marko, Osnove znanosti o novinarstvu, Naprijed, Zagreb, 2000.</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Stilistika u medijskoj komunikaciji</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) — vježbe —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Podizanje razine kulture čitanja i pisanja studenata, stjecanje vještine kreativnog pisanja u različitim novinarskim vrstama, razvijanje sposobnosti pozicioniranja vlastitoga uvjerenja i usavršavanje osobnoga stila.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. uvođenje u kreativno pisanje - stil, jasnoća, jednostavnost; 2. jezik u medijima - jezgrovitost izraza, čistoća jezika, bogatstvo rječnika - primjeri stilski kvalitetnih tekstova, vježbe; 3. novinarski stil - stil najvažnijih novinarskih žanrova, primjeri, vježbe; 4. stilistika u radijskom i televizijskom novinarstvu - osobitosti, primjeri, vježbe; 5. kvalitetni tekstovi u tisku - primjeri, vježbe; 6. kvalitetni nastupi u elektroničkim medijima - primjeri, vježbe; 7. dijalekt i žargon kao stilske oznake - prednosti i nedostaci, vježbe; 8. usavršavanje stilskih vještina studenata - vježbe.	
Studentske obaveze	Čitanje literature, sudjelovanje u vježbama	
Način polaganja ispita	Pismeni test.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	60% sudjelovanje i rad u nastavi, 40% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Antica ANTOŠ, Osnove lingvističke stilistike, Zagreb 1972.;Aleksandar Flaker, Stilske formacije, Zagreb 1976., Vladimir BITI, Suvremena teorija pripovijedanja, Zagreb 1992.; Josip SILIĆ, Od rečenice do teksta, Zagreb 1984.; Zlatko KRAMARIĆ, Uvod u naratologiju, Osijek 1989.; Rust HILLS, Writing in general and the Short Story in Particular, 2000.; Milivoj SOLAR, Ideja i priča, Zagreb 2004.</b>  <b>Preporučena:</b> Tomislav SABLJAK, Rječnik hrvatskog žargona, Zagreb 2001.; Rječnik hrvatskog jezika - po izboru;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Semiotika u javnom komuniciranju	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Pripremanje studenata za razumijevanje opće semioze i sustava komuniciranja, kakvo se očituje u najširem rasponu od svakodnevnog saobraćanja preko javnog priopćavanja do estetičkih struktura jezičnih, slikovnih i zvučnih znakova. Studenti će nakon proučene problematike nadopuniti znanje na pretpostavkama semiotike i teorije komunikacije.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. Povijest semiotike; 2. Znak, znakovitost, znakovlje, značenje; 3. Sustav i struktura znaka; 4. Semioza; 5. Nerječita komunikacija; 6. Jezik i jezični kodovi; 7. Semiotika teksta; 8. Estetika i semiotika književnosti; 9. Semiotika medija; 10. Semiotika kulture.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima, 25% sudjelovanje u raspravama, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Winfried Noeth: Priručnik semiotike, 2. izdanje, Zagreb 2004.;</b> <b>Louis Hjelmslev: Prolegomena teoriji jezika, Zagreb 1985.;</b> <b>Ferdinand de Saussure: Tečaj opće lingvistike, Zagreb, 2000.;</b> <b>Umberto Eko: Kultura, informacija, komunikacija, Nolit, Beograd, 1973;</b> <b>Charles Morris: Osnove teorije o znacima, Beograd 1975.</b>  <b>Preporučena:</b> Dubravko Škiljan: Pogled u lingvistiku, Zagreb 1980; .; P. Pericles Trifonas: Barthes i carstvo znakova, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2002.; Terry Eagleton: Ideja kulture, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2002.; Charles Sanders Pierce, Collected Papers.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Povijest medijske komunikacije u Hrvatskoj</b>		
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija pružiti studentima kronološki pregled povijesnog razvoja hrvatskih medija, poučiti ih u upotrebi povijesne građe pohranjene u hrvatskim knjižnicama i arhivima, i uvesti ih u načine znanstvene i medijske prezentacije rezultata istraživanja.		
Sadržaj kolegija	Kolegij pruža pregled povijesti medijske komunikacije u Hrvatskoj kroz ključna razdoblja njezinoga razvoja: od početaka pismenosti i tiska, pojave prvog periodičnoga tiska i izdavača, preko stranačkog i informativnog novinarstva, do pojave radija, televizije i Interneta. Pritom se studenti susreću s najvažnijim novinarskim i izdavačkim imenima i institucijama, te razvojem novinarskih oblika izražavanja i komunikacijskoga dizajna.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, čitanje i učenje literature		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima, 25% sudjelovanje u raspravama, 50% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Josip HORVAT: Povijest novinstva Hrvatske, Zagreb 2002., 380 str.; Milan MOGUŠ, Počeci hrvatskog tiskarstva, U: Almanah hrvatskog tiskarstva, nakladništva, novinstva, knjižarstva bibliotekarstva, Zagreb 1997., str. 23 - 26; Branko JURICEVIĆ, Počeci knjige u Hrvatskoj, u: ISTO, 74 - 90; Božidar NOVAK, Novinstvo, u: ISTO, str. 130 - 208.; Marina MUČALO, Radio u Hrvatskoj, Zagreb 2002., str. 17-80.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Božidar NOVAK, Povijest hrvatskog novinarstva 20. stoljeća, Zagreb 2005.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Informativni sustavi Republike Hrvatske</b>	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija upoznati studente sa sadašnjim informativnim sustavom RH koji djeluje putem medija.	
Sadržaj kolegija	U prvom dijelu kolegija bit će prikazana kratka povijest sastavnica sadašnjega medijskog sustava RH, a onda redom prikazani mediji u RH; agencije, dnevni i tjedni tisak, nacionalni, regionalni i lokalni (naslovi i njihovi nakladnici); elektronički mediji: sustav Hrvatske radiotelevizije, privatne radiopostaje (neprofitne i komercijalne, nacionalne, regionalne i lokalne), privatne televizije (nacionalne i lokalne); najvažniji portali na Web-u. Pritom će biti prikazan i udio pojedinih medija na tržištu slušateljstva i marketinga, s posebnim osvrtom na tendencije medijske koncentracije. U radnim skupinama studenti će i sami istraživati sadašnje hrvatske medije.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, 25% pisanje seminarskog rada, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Almanah hrvatskog tiskarstva, nakladništva, novinstva, knjižarstva bibliotekarstva, Zagreb 1997., gl. ur. Branko FRANJIĆ, Zagreb 1997., str. 58-68, 89-91, 124-126, 209 - 224.; Marina MUČALO, Radio u Hrvatskoj, Zagreb 2002., str. 81-140.; Stjepan MALOVIĆ, Medijski prijevori, Zagreb 2004., str. 13-34, 45-55, 83-109, 127-138; Blanka JERGOVIĆ, Odmjeravanje snaga. Novine i politika u Hrvatskoj u prvom razdoblju tranzicije, Zagreb 2004., str. 27-70;</b>  <b>Preporučena:</b> Damir MATKOVIĆ, Televizija igračka našega stoljeća, Zagreb 1995., str. 47-52, 263-283. Javna glasila u RH, u: Hrvatski almanah Croatian Almanac, priručnik. Hina Zagreb (godina tekuća); .	



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Statistika za komunikacijske znanosti</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s deskriptivnom i inferencijalnom statistikom i njihovo osposobljavanje za primjenu statističkih metoda pri proučavanju medija, javnog mnijenja i masovnog komuniciranja.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme: pojam i zadaća statistike; mjerne skale; faze istraživanja pomoću statističkih metoda; podjela na deskriptivnu i inferencijalnu statistiku; osnovni pojmovi i tehnike deskriptivne statistike: uređivanje podataka i formiranje statističkih nizova; tabelarno i grafičko prikazivanje podataka; relativni brojevi; mjere središnje tendencije; mjere raspršenja; normalna raspodjela; položaj rezultata u grupi; elementi inferencijalne statistike: vjerojatnosti, metoda uzorka; procjenjivanje parametara i testiranje hipoteze; kriteriji i načini donošenja odluka u postupku testiranja hipoteze; korelacija i regresija; odabrani neparametarski testovi; analiza vremenskih nizova.	
Studentske obaveze	Spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% spremno sudjelovanje u raspravama i rad na seminaru, 25% seminarski rad, 50% ispit.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Petz, Boris: 1997., Osnovne statističke metode za nematematičare, III dopunjeno izdanje, Naklada Slap, Jastrebarsko 1997; str. 29-206, 237-299, 321-341;</b> <b>Gogala, Zdenka, 2001., Osnove statistike, Sinergija, Zagreb. str. 99-202; John C. Reinard: Communication Research Statistics, SAGE Publications, 2003., str. 230;</b>  <b>Preporučena:</b> Howell, D. C., 1995., Fundamental Statistics for the Behavioral Sciences, (3rd ed.) CA: Duxbury, Belmont.; Joel J. Davis: Advertising research theory and practice, Prentice Hall, New Jersey, 2003.; Thomas KNIEPER (Hg.); Statistik. Eine Einfuehrung fuer Kommunikationsberufe, Muenchen 1993.;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	<b>Novinarska etika</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Pružiti uvid u etiku medija i masovnog komuniciranja s posebnim osvrtom na poštivanje etičkih kodeksa u novinarstvu te osposobiti studente da se u svom radu pridržavaju etičkih normi i moralnih načela.	
Sadržaj kolegija	Teme: Subjekt i njegova moralnost u komunikaciji. Definicija deontologije i etike komunikacija. Filozofska etika, etika komunikacije i suvremene etike. Temelji komunikacijske i novinarske etike. Ciljevi i norme etike komunikacija. Naukovni sadržaj komunikacijske i novinarske etike. Deontološki i etički kodeksi. Etika u tisku, na radiju, televiziji, kinematografiji i novim medijima. Komunikacijska i novinarska etika između zakona i obveze. Novi mediji – novi moral?	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Pismeni test i usmeni ispit.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima i sudjelovanje u raspravama, 25% pisanje seminarskog rada, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>AA.VV., u Medijska istraživanja, 4(1998.)1 (tema broja: Etika i novinarstvo), str. 120; FINK, C. C., Media Ethics. In the Newsroom and Beyond, McGraw-Hill, New York-...-Toronto 1988, str. 323 ili LABAŠ, D., La funzione del principio della responsabilità nella fondazione etica dell'informazione-comunicazione, Zagreb 1999., str. 208; drugi obavezni tekstovi biti će podjeljeni studentima u obujmu od 100 stranica; S. Malović, S. Ricchiardi, G. Vilović: Etika novinarstva, Zagreb, 1998.</b>  <b>Preporučena:</b> BRAJNOVIĆ, L., Nauka o dužnostima novinara kao moralnoj obavezi, u Hrvatska revija, 2(1997.), str. 272-289; MATAUŠIĆ, M., Etika društvenog priopćivanja, u: ČEHOK, I. – KOPREK, I., Etika. Priručnik jedne discipline, Zagreb 1996., str. 169-185; RIMIĆ, R. (LABAŠ, D.), Deontologija novinarstva: moralno pitanje?, u: Vjesnik Đakovačke i Srijemske biskupije, 6/2000., str. 399-401.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	ENGLISKI JEZIK U NOVINARSTVU	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Poznavanje osnova engleskog jezika</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) seminari                      –                      –	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Usvajanje tehnika i strategija čitanja s razumijevanjem u novinarstvu. Osposobljavanje studenata za kompetentno praćenje stručne literature. Usvajanje novih strategija samostalnoga učenja.	
Sadržaj kolegija	Vještine i strategije čitanja s razumijevanjem u području novinarstva. Unapređivanje jezične kompetencije na fonološkoj, morfološkoj, sintaktičnoj i leksičko-semantičkoj razini jezika. Proširivanje stručnoga rječnika s posebnim naglaskom na tiskane i elektronske medije, politiku i gospodarstvo. Samostalno usmeno izlaganje, prezentacije, prepričavanje, komentar, razmjena ideja, itd. Samostalno integriranje stečenih gramatičkih znanja i usvojenih vještina u pisanju kraćih strukturiranih tekstova.	
Studentske obaveze	Obvezno prisustvovanje i aktivno sudjelovanje u nastavi. Zadaće i projekti su integralni dio ovog kolegija, kroz njih treba utvrditi i dodatno uvježbavati jezične vještine, te ih je potrebno redovito i na vrijeme ulagati u portfolio kolegija u svrhu kontinuiranoga praćenja rada i napretka.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	20% redovito pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje; 10% usmena prezentacija teme po izboru; 30% portfolio kolegija; 40% završni ispit..	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Cobuild (1995) Key Words in the Media, Collins (odabrana poglavlja, najviše do 350 stranica).</b> <b>Priručnici: Englesko-engleski rječnik po izboru</b> <b>Priručna gramatika po izboru</b> <b>Autentični jezični materijali i tekstovi: članci iz novina i časopisa</b>  <b>Preporučena:</b> Sanderson, P. (1999) Using Newspapers in the Classroom: CUP, 258 str. The Oxford Paperback Thesaurus (1994): OUP Hewings, M. (1999) Advanced Grammar in Use : CUP, 288 str.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Pisanje na engleskom jeziku	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Odslušan kolegij Engleski jezik u novinarstvu</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) —                      seminari                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Usvajanje vještina pismenoga izražavanja u novinarstvu s posebnim naglaskom na tematiku vezanu uz obvezatnu literaturu. Razlikovanje situacija i konteksta u kojima se pojavljuju formalni i neformalni tekstovi. Prepoznavanje različitih tipova i vrsta tekstova i njihova funkcionalna svojstva. Svladavanje pravila interpunkcije i organizacije rečenice. Samostalno primjenjivanje stečenih vještina pisanjem naslova, uvodnika, kritika, itd.	
Sadržaj kolegija	Razvijanje vještine pisanja u području novinarstva. Proširivanje stručnog rječnika (socijalna i pravna država, diplomacija, ratovi, kultura, umjetnost, sport). Tvorba riječi, sinonimi, antonimi, kolokacije. Samostalno pisanje: integriranje stečenih gramatičkih i dr. znanja i usvojenih vještina u svrhu točnog pisanja strukturiranih tekstova. Poraba autentičnih materijala i tekstova koji pridonose bogaćenju rječnika i koji će približiti studente izvornom jeziku.	
Studentske obaveze	Redovito pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje. Priprema za nastavu učenjem iz literature. Vođenje osobnog portfolia s zadaćama i projektima.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	30% redovito pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje; 30% portfolio kolegija; 40% završni ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Cobuild (1995) Key Words in the Media: Collins</b> <b>(odabrana poglavlja, najviše do 200 stranica)</b> <b>Cory, H. (1996) Advanced Writing with English in Use: OUP</b> <b>(odabrana poglavlja, najviše do 150 stranica)</b> <b>Englesko-engleski rječnik po izboru</b> <b>Priručna gramatika po izboru</b>  <b>Preporučena:</b> Brooks, Moen, Kennedy Ranly (1992) News Reporting and Writing: St. Martin's Press, Inc., Fourth edition. Hewings, M (1999) Advanced Grammar in Use: CUP.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Teorije i sustavi agencijskog komuniciranja</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>	ECTS bodovi: <b>6</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0, 0+2</b> ) predavanja      —      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima informativnih agencija kao medija, uvesti ih u agencijske komunikacijske procese i osposobiti ih za shvaćanje i korištenje osnovnim žanrovima agencijskog novinarstva. Teoretska znanja studenti će dobiti tijekom predavanja u prvom semestru, a praktično će ih razviti i steći profesionalne vještina na praktikumu u drugom semestru.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: razvoj novinskih agencija; vrste agencija i utjecaj na medije: podjela prema vlasništvu, prema području pokrivanja, prema specijalizaciji; svjetski agencijski sustav; agencijski sustav i nacionalne agencije; novinske agencije u Hrvatskoj; značaj nacionalne agencije; navike novinara-primatelja agencijskih informacija, vjerodostojnost, privatna mreža; organizacija agencije, agencijske usluge, baza podataka, tarifiranje i prodaja; izvori informacija i strategije prikupljanja informacija; pisanje agencijskih informacija: od vijesti do servisa; propisi i ugovori; analize primjera i vježbe.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u radu na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ocjena ukupnog rada, usmeni ispit.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	50% praktični rad, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>J.R.Hakemulder, F. Ac De Jonge: News Agency Journalism, 1998. (256 str.); Bruce D. Itule, Douglas A. Anderson: News Writing and Reporting, McGraw Hill, 2003. (str. 10-236); B.Hebrang. Medijske agencije, skripta u pripremi; B. Hebrang (ur.): Informativni prostor, u Hrvatski almanah, Zagreb, 1998., (str. 106-114); servisi agencija; O.Barret: News Agencies, Their Structure and Operation, 1970., (208 str.);</b>  <b>Preporučena:</b> O.Barret: The Globalization of News, 1999.; J. Harriss K. Leiter, S. Johnson: The Complete Reporter: Fundamentals of News Gathering, Writing, and Editing, 1991.; C.Frost: Reporting for journalists, 2002., (156 str.); Bilteni Europskoga udruženja novinskih agencija, časopis Medijska istraživanja (odabrani tekstovi), zbornik radova Novi mediji 2001.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Magazini i revije	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Pružiti prikaz mogućih načina pisanja na primjerima iz raznovrsnih magazina i revija. Osposobiti studente za pisanje za takva izdanja te kritično promatranje i opisivanje stvarnosti.	
Sadržaj kolegija	Nastava se zasniva na kombinaciji predavanja, praktičnog rada, pisanja, te kritike suvremenih hrvatskih i stranih tjednika. Predavanja će pružiti pregled nad različitim oblicima pisanja za tjednike kao što su reportaže, profili i intervjui te kolumne. Naglasak će biti na elementima pisanja reportaža, građenju naracije, strukturi reportaže, uključivanju važnih detalja te pisanju početaka i krajeva kao najvažnijih elemenata teksta. Biti će obrađena specifična pronalaska i prepoznavanja događaja i priče za magazine i revije, prikupljanja informacija, te intervjua kao metode i žanra.	
Studentske obaveze	Prisustovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, ispunjavanje zadataka. Čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ocjenjivanje ukupnog rada tijekom semestra	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustovanje predavanjima, 25% sudjelovanje u raspravama, 50% rad na seminaru i ispunjavanje zadataka	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Sammye Johnson, Patricia Prijatelj: The Magazine from Cover to Cover: Inside a Dynamic Industry, McGraw-Hill, 1999. (str. 350); William Zinsser On writing well: The classic guide to writing nonfiction (str. 301); tjedno čitanje vodećih hrvatskih i stranih tjednika.</b>  <b>Preporučena:</b> Jean M. Fredette (ed.): <i>Writer's Digest Handbook of Magazine Article Writing</i> , Writer's Digest Books, 1990;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka:	<b>Kolegij: Teorije i sustavi radijskog komuniciranja</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Radio-Televizija</b>	ECTS bodovi: <b>6</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0, 0+2</b> ) predavanja — radijski praktikum	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima radija kao medija, uvesti ih u suvremene radijske komunikacijske procese i osposobiti ih za shvaćanje i korištenje osnovnim žanrovima radijskog novinarstva. Teoretska znanja studenti će dobiti tijekom predavanja u prvom semestru, a praktično će ih razviti i steći profesionalne vještina na praktikumu u drugom semestru.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: uloga radija i njegove programske strukture; svojstva radijskog medija; format i profil radija; javni i privatni (ne)komercijalni radio; novinarska zvanja na radiju; sadržaji radijskog programa (glazba, aktualno događanje, gospodarstvo, sport, kultura, religija, drama, naobrazba, zabava...); novinarske vrste na radiju (vijesti, izvješća, reportaže, komentari, intervjui; razgovori-rasprave, fičer, pregled tiska, kontakt, džinglovi, voditeljstvo...); istraživanje, pisanje i prezentacija na radiju; radijski tehnički uređaji.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, rad na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	50% ispit, 50% praktični rad.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>M. SHINGLER / C. WIERING, Radio, Zagreb 2000., 303 str.; P. CHANTLER, P. STEWART: Basic radio journalism, Focal Press, 2003, str. 270.</b>  <b>Preporučena:</b> Tim CROOK, International Radio Journalism: History, Theory and Practice, Routledge, 1998.; Marko SAPUNAR, Radiodifuzni sustavi, Zagreb 1994.; 160 str.; Marko SAPUNAR, Radio - jučer, danas, sutra, Zagreb - Varaždin 1994., 177 str.; Marina MUČALO, Radio u Hrvatskoj, FPZ, Zagreb 2002. 166 str.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Tehnike elektroničkih medija</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Radio-Televizija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente sa osnovnim tehnološkim postupcima proizvodnje programa elektroničkih medija javnog priopćavanja. Koordinacija timskog rada novinara i tehničkog osoblja u funkciji proizvodnje radijskog i televizijskog programa.	
Sadržaj kolegija	Glavne teme: 1. povijesni pregled razvoja audiovizualnih tehnologija - fotografija, film, televizija, multimedija; 2. povijesni pregled tehnološkog razvoja HRT-a; 3. osnove radijske tehnologije - tonsko snimanje, montaža, radijski studio, tonska obrada, fonoteka, reportažna kola; 4. osnove televizijske tehnologije - snimanje, postprodukcija slike i tona, TV studio, reportažna kola, teresterijalno, kablovsko i satelitsko emitiranje; 5. moderne novinarske tehnologije - ENG uređaji, SNG uređaji, DV oprema, video novinarstvo, digitalni desk; 6. produkcijska logistika - INDOK služba, scenografija, elektronski dizajn, Intranet, multimedija; 7. posjet odjelu Radijska tehnika Hrvatskog radija. 8. posjet odjelu Tehnika HTV. 9. Posjet INDOK-u i Scenografiji HTV.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i spremno sudjelovanje u raspravama. Ispunjavanje zadataka, pisanje seminarskog rada, odlazak u organizirane posjete i obilaskе institucija.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% ispunjavanje zadataka i sudjelovanje u raspravama, 25% seminarski rad, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Bubenik B., Evolucija tehnologija AV registracije, Moderni arhivi, Radenci, 1997., 30 str.;</b> <b>Vončina N., TV osvaja Hrvatsku: prilozi za povijest Radija i TV u Hrvatskoj 1954-1958, Zagreb, 1999., 120 str.;</b> <b>SMPTE, Television Newsgathering, New York, 1990., 28 str.;</b> <b>K.R. Rao, J.J. Hwang: Techniques and Standards for Image, Video and Audio Coding, Prentice Hall, 1996. (odabrana poglavlja u obujmu od 150 str.)</b>  <b>Preporučena:</b> Bretz R., The Technique of Television Production, Hill, London, 1972.;	



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Uvod u odnose s javnošću	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Odnosi s javnošću</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s Odnosima s javnošću, njihovom poviješću, osobitostima, strukturom, načinima funkcioniranja i oblicima djelovanjima.	
Sadržaj kolegija	Teme kolegija su: definiranje Odnosa s javnošću i ciljane javnosti; rječnik i nepravilna tumačenja Odnosa s javnošću; ciljevi i zadaci; metode istraživanja; odnosi s javnošću i menadžment; odnosi s javnošću i marketing; odnosi s javnošću i propaganda; određivanje ciljane javnosti: unutarnja i vanjska, javnost; odnosi s medijima; odnosi s vladom, tijelima vlasti i društvenom zajednicom; metode odnosa s javnošću; identitet i imidž; istraživanje utjecaja programa; odnosi s javnošću u krizi; kriza institucija, krizno komuniciranje; etika i odnosi s javnošću.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i spremno sudjelovanje u raspravama. Pisanje i usmeno izlaganje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama, 25% pisanje i usmeno izlaganje seminarskog rada, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom: Odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2003., 571 str.; Fraser P. Seitel: Practice of Public Relation, Pearson Education, 2000. (str. 85-315.).</b>  <b>Preporučena:</b> Osredečki, E.: Odnosi s javnošću, EDO, Zagreb, 1995.; Sullivan, M., Djelotvorni ured za tisak, DTSAD, Zagreb, 2001.; Novak B., Krizno komuniciranje, BINOZA, Zagreb, 2001.; Fox, R., Poslovna komunikacija, HSN, Zagreb, 2001.; Bleck, S. Essentials of Public Relations, KP, 1993.; Supek, R., Ispitivanje javnog mnijenja, SNI, Zagreb, 1981.; Reardon, K.K., Interpersonalna komunikacija, Alineja, Zagreb, 1998.; Kesić T., Marketinška komunikacija, Mate, Zagreb, 1997.; Wragg, D., Targeting media relations, DW, 1993.; Shea M., Spin Doktor, Zagreb, 1996.;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU Studij novinarstva		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Osnove marketinga		
<b>Težina kolegija:</b> 2. stupanj-razvojni	<b>Uvjeti za upis kolegija:</b> Upisana 2. godina studija		<b>Broj sati aktivne nastave (ukupno):</b> 30
<b>Status kolegija:</b> obavezni-izborni	<b>Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: 1+1)</b>		<b>ECTS bodovi:</b> 5
	predavanja	seminari	
<b>Ciljevi kolegija</b>	Upoznati polaznike s osnovama marketinga i njegovim osnovnim funkcijama, dati im znanja koja će ih osposobiti za detaljnije poznavanje i kvalitetno praćenje poslovnih djelatnosti tvrtki, posebno aktivnosti u odnosima s javnošću.		
<b>Sadržaj kolegija</b>	<p>Osnovne teme su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kratak pregled povijesnog razvoja teorije marketinga, temeljne definicije i razumijevanje uloge marketinga u društvenoj zajednici i poduzećima</li> <li>- Funkcionalni aspekti marketinga (politika proizvoda, politika cijena, politika distribucije i politika promocije)</li> <li>- Upravljanje marketingom</li> <li>- istraživanje marketinga (makrookruženje, mikrookruženje, analiza tržišta, segmentiranje tržišta)</li> <li>- planiranje (marketing plan)</li> <li>- operativno djelovanje (upravljanje marketinškim funkcijama, organiziranje marketinga, primjena marketinga u posebnim područjima)</li> <li>- kontrola</li> </ul>		
<b>Studentske obaveze</b>	Prisustvovanje predavanjima, čitanje i učenje literature		
<b>Način polaganja ispita</b>	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>	
<b>Ocjenjivanje studenata</b>	25% prisustvovanje predavanjima, 75% ispit		
<b>Literatura</b>	<p><b>Obavezna:</b> Fedor Rocco: Marketinško upravljanje, Školska knjiga, Zagreb, 1994, str. 311.; Philipp Kotler: Upravljanje marketingom, Informator, Zagreb, 1994, str. 920 (izabrana poglavlja)</p> <p><b>Preporučena:</b></p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Publicistika		
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1 + 1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznavanje s publicističkim oblicima tekstova kao posebne vrste tekstova u odnosu na "izvorno-novinarske žanrove" zbog njihova nemalog utjecaja na, dijakronijski promatrano, bitne razvojne procese iz tranzicije iz jednoga u drugi društveni sustav, od predrevolucionarnih (1789.) do suvremenih, a posebno na oglednim primjerima hrvatske publicistike u rasponu od gotovo dva stoljeća.		
Sadržaj kolegija	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bliskosti i razlike publicističkih i izvorno-novinarskih žanrova (tipova/oblika) tekstova.</li> <li>2. Pojam publicistike od doba kad su se bavila "državno-pravnim znanostima" do lepeze suvremenih pitanja koja publicistika problematizira.</li> <li>3. Korijen, značenje i smisao termina "publicistički" (populus/publicus/publiciranje)</li> <li>4. Uvid u europsku publicistiku 18. st. i njeno značenje za općedruštvene promjene</li> <li>5. Korpus hrvatske publicistike: izbor reprezentativnih tekstova od A. Mihanovića (1816.) do suvremenih autora (do kraja 20. stoljeća)</li> <li>6. Rasprave i seminari o oglednim primjerima najkvalitetnije hrvatske publicistike</li> </ol>		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i spremno sudjelovanje u raspravama. Seminarski rad i njegovo usmeno izlaganje. Svladavanje obvezne i preporučene literature		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni (s kontrolnim usmenim)	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama, 25% seminarski rad, 50% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>S. Lipovčan: UPORABNI LITERARNI OBLICI MEDIJSKOG IZRAŽAVANJA</b> (u: Društvena istraživanja, 68, str. 975-987, Zagreb 2003); <b>Z. Škreb: MIKROSTRUKTURE STILA</b> (u: UVOD U KNJIŽEVNOST, IV. izd., Zagreb, Globus, 1998.); <b>Ivan Rogić: SVE HRVATSKE MODERNIZACIJE</b>, u knjizi <b>TEHNIKA I SAMOSTALNOST</b> (IV. dio, str. 321 – 602), Zagreb, 2000.</p> <p><b>Preporučena:</b>  H. Schanze (ur.): <b>HANDBUCH DER MEDIENGESCHICHTE</b>. Kröner Verlag, Stuttgart 2001.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Povijesni pregled istraživanja masovne komunikacije</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija upoznati studente s povijesnim razvojem znanstvenog istraživanja medija, posebno s najčešćim oblicima i metodama te ih i uvesti ih u suvremene praktične oblike istraživanja komunikatora, poruke i medija.	
Sadržaj kolegija	Kolegij opisuje razvoj znanstvenog proučavanja i istraživanja medija i masovne komunikacije, kao i njihovih metoda. Povijesni pregled pratiti će razvitak prvih, pionirskih metoda koji su proučavali dijelove ili tek jedan od elemenata masovnog komunikacijskog procesa. Te su metode osnova suvremenih oblika znanstvenog istraživanja masovne komunikacije prema procesu kojim se ona odvija, počevši od izvora informacije i komunikatora pa prema primatelju i učincima, koje su jedna od osnovnih tema kolegija. Studenti će se posebno upoznati s rezultatima najznačajnijih i najpoznatijih istraživanja komunikatora, poruke i medija, a u seminaru će i sami iskušavati metode istraživanje na konkretnim zadacima.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, 25% pisanje seminarskog rada, 50% ispit.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> Michael KUNCZIK / Astrid ZIPF: Uvod u publicističku znanost i komunikologiju, Zagreb 1998., str. 31 - 120; Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick: Mass Media Research: An Introduction, Wadsworth Publishing, 2002, str. 480;  <b>Preporučena:</b> Denis McQUAIL: Mass communication theory, London 2000.; Heinz PÜRER: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz 2003. ,	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Teorije medija i masovnog komuniciranja</b>	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s povijesnim razvojem teoretskog proučavanja medija i masovnog komuniciranja, s pravcima, školama i teorijama koji su pobudili i postali osnovom suvremenih medijskih teorija te onima na kojima će se, prema mišljenju stručnjaka, zasnivati masovna komunikacija i djelatnost medija u 21. stoljeću.	
Sadržaj kolegija	Osnovne su teme: pojam, predmet i funkcije medija i masovnog komuniciranja; počeci teoretskog proučavanja društvenih odnosa i medija – marksizam i liberalizam; empirijska i ideološka teorija medija; lingvistika i masovna komunikacija; učenje Marshalla McLuhana; strukturalizam; dekonstrukcionalizam; normativne teorije medija; teorije odgovornosti i poštenja, "ekonomske" teorije medija; monopol i koncentracija vlasništva; koncepcije javnog i komercijalnog emitiranja; futurističke teorije medija: "postindustrijalno društvo", "osjećajna umjetnost", "mozaična kultura", "tehnotrono društvo", teorija "trećeg vala"; informacijsko društvo; "umreženo društvo"; osobitosti publike masovnih medija; praktično primjenjivanje teoretskih znanja.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Fred Inglis: Teorija medija, Durieux, Zagreb 1997., - str. 205; Zrinjka Peruško Čulek: Demjokracija i mediji, Barbat, Zagreb 1999. – str. 30; Paul Levinson: Digitalni McLuhan – vodič za novo doba, Izvori, Zagreb 2001. – str. 50; Rowland Lorimer: Mass Communication, A comparative introduction, Manchester University Press 1994, str. 316; Arjen Mulder: Understanding Media Theory: Language, Image, Sound, Behavior, V2 /NAI Publishers, 2004. - str. 202.</b>  <b>Preporučena:</b> Dennis McQuail: McQuail' Mass Communication Theory, 4th ed., SAGE Publications, London 2000; Dennis McQuail: McQuail's Reader in Mass Communication Theory, SAGE Publications, London 2002; Manuel Castells: Internet galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2003.; Manuel Castells: Informacijsko doba: Ekonomija, društvo i kultura - sv.1., Uspon umreženog društva, Golden Marketing, Zagreb 2000; sv. 3., Kraj tisućljeća, isto, Zagreb 2003.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Pravni aspekti masovnog komuniciranja	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Svrha je kolegija upoznati studente s hrvatskim i važnijim međunarodnim dokumentima koji reguliraju javno komuniciranje i propisuju pravne osnove za djelatnost medija, te ih osposobiti da u svom novinarskom radu poštuju zakone.	
Sadržaj kolegija	Povelja Organizacije Ujedinjenih naroda-OUN i Opća Deklaracija UN o pravima čovjeka; Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima iz 1966. godine; Dokumenti UNESCO-a; Europska konvencija za zaštitu prava čovjeka; Organizacije za sigurnost i suradnju u Europi – OESS; Povelja o slobodi Pakta za stabilnost za Jugoistočnu Europu; Cenzura; Povijest cenzure; Prethodna cenzura i osporavanje cenzure na nacionalnoj i međunarodnoj razini; Dostupnost medija pod kontrolom vlade; Pravo na odgovor i ispravak; Pravo na traženje, primanje i širenje informacija; Povreda ugleda i časti i pravo na privatnost; Ograničenja slobode izražavanja-prijetnja nacionalnoj sigurnosti i javnom redu; Profesionalna tajna novinara; Kodeksi novinarstva i dužnosti novinara, Vijeće za tisak i ombudsman; Sloboda izražavanja i javnog komuniciranja u Republici Hrvatskoj; Sloboda izražavanja; Pravo na traženje, primanje i širenje informacija, zaštita izvora; Državna tajna; Govor mržnje u medijima.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni i pismeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25 % sudjelovanje u raspravama, 25% seminarski rad, 50% ispit	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Sapunar M., Tomić Z.: Pravna standardizacija javnog komuniciranja, (II. Izdanje), Hrvatski studiji Zagreb, Zagreb 2002., 246 str.; Priručnik o slobodi javne riječi, Article 19. i PressData, Zagreb 1998., 366 str.; Zakon o medijima RH.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Alaburić V.: Sloboda izražavanja u praksi Europskog suda za ljudska prava, Narodne novine, Zagreb, 375 str. ; Sapunar M.: Regulacija novinarstva// Teorijski aspekti novinarstva, ITG, Zagreb 2001; Bauer, H.: Sloboda medija i javno mnijenje, Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split 1998 122. str.; Chomsky N.: Mediji, propaganda i sistem, Zagreb 2002.</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Engleski jezik – novinarski prijevod	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>O+4</b> ) —                      seminari                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Razvijanje sposobnosti prevođenja različitih aspekata elemenata kulture i civilizacije engleskoga govornog područja. Svladavanje prevođenja društveno-političkog nazivlja. Kontrastivna analiza dijelova jezičnih sustava, pravopisna kontrastivna analiza. Unapređenje prevođenja na leksičkoj razini. Samostalna primjena stečenih vještina prevođenjem kratkih strukturiranih tekstova.	
Sadržaj kolegija	Prevođenje različitih aspekata kulture i civilizacije engleskoga govornog područja, s posebnim naglaskom na svladavanje razlika u prevođenju društveno-političkog nazivlja. Analiza i razlikovanje prijevoda dijelova jezičnih sustava. Integriranje postignutih jezičnih vještina i kompetencija u svrhu prevođenja na leksičkoj razini (lažni parovi, kolokacije i stalni leksički sklopovi, idiomi, fraze i stalni izričaji). Vođeno i samostalno prevođenje kratkih strukturiranih tekstova (prevođenje naslova, uvodnika, kritika i dr.) s engleskog jezika na hrvatski i s hrvatskog jezika na engleski. Poraba autentičnih materijala i tekstova (prilozi iz novina, časopisa, biltena, promotivnih materijala, itd.). Razvijanje vještine kritičkog vrednovanja prijevoda s obzirom na stil i jezičnu točnost.	
Studentske obaveze	Redovito pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje u nastavi. Priprema za nastavu učenjem iz propisane literature Portfolio sa izvršenim zadaćama tijekom semestra	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	30% redovito pohađanje nastave i aktivno sudjelovanje; 30 % portfolio kolegija 40% završni ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Cory, H. (1996) Advanced Writing with English in Use: OUP</b> <b>(odabrana poglavlja, najviše do 160 stranica)</b> <b>Evans, H (2000) Essential English for Journalists, Editors and Writers: Pimlico 2000</b> <b>(odabrana poglavlja, najviše do 200 stranica)</b> <b>Englesko-engleski rječnik po izboru</b> <b>Priručna gramatika po izboru</b> <b>Autentični jezični materijali i tekstovi</b>  <b>Preporučena:</b> Scanlan C(2000) Reporting and Writing:Basics for the 21st Century: Hartcourt, Inc. Longman Dictionary of English Language and Culture.(1998) London: Longman Cambridge International Dictionary of Phrasal Verbs. (1998) Cambridge:CUP Oxford Collocations Dictionary for Students of English. (2002) Oxford:OUP	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Suvremeni engleski jezik u medijskoj kulturi	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Odslušan kolegij Engleski jezik - novinarski prijevod</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) —                      seminari                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Usvajanje sociolingvističkih kompetencija. Razvijanje strategija uspješne govorne komunikacije. Razvijanje sposobnosti izražavanja kroz diskusiju u složenijim jezičnim situacijama. Izražavanje osobnog mišljenja o određenom problemu ili temi.	
Sadržaj kolegija	Usvajanje govorenja kroz komunikacijske situacije i svladavanje pravilnih izraza potrebnih da bi se komunikacija ostvarila. Razlikovanje registara, jezični markeri društvenih odnosa, konvencije društvenoga ophođenja. Priprema za diskusiju: prikupljanje materijala na određenu temu iz novina, časopisa, Interneta; pisanje bilježaka s potrebnim rječnikom Izražavanje stavova: slaganje, neslaganje, opovrgavanje, dovođenje u pitanje, prihvaćanje, odbijanje priopćavanje vijesti. Ciljana diskusija i vođenje debata na razne aktualne teme. Proširivanje rječnika vezanoga uz društvene jezične varijante; standardni jezik nasuprot dijalektima, anglo-američki aspekt političkog sustava, novinski žanrovi, novinarstvo i Internet, jezični tabui (politički nekorektno, seksistički, itd.) Pokazivanje stečenih kompetencija kroz pisanje seminarskog rada.	
Studentske obaveze	Redovito prisustvovanje i aktivno sudjelovanje u nastavi. Priprema za nastavu i pisanje zadaća Usmena izlaganja i dulja samostalna prezentacija teme po izboru Pisanje seminarskog rada.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	20% prisutnost i aktivno sudjelovanje u nastavi; 10% priprema i prezentacija teme po izboru; 30% seminarski rad; 40% završni ispit.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Bell, A. Garrett, P. (1998) Approaches to Media Discourse. Blackwell Publishers Ltd. (odabrana poglavlja, 345 str.)</b> <b>Englesko-engleski rječnik po izboru</b> <b>Priručna gramatika po izboru</b> <b>Autentični materijali i tekstovi: članci iz novina i časopisa</b>	
	<b>Preporučena:</b> Longman Dictionary of English Language and Culture. (1998) London: Longman. Cambridge International Dictionary of English. (2003) Cambridge: CUP Cambridge International Dictionary of Idioms. (1997) Cambridge: CUP Oxford Collocations Dictionary for Students of English. (2002) Oxford: OUP	



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
Kolegij: oznaka:	Grafički dizajn i tiskarske tehnike		
Težina kolegija: 3. stupanj-napredni	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: obavezni-izborni	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s grafičkim dizajnom, grafičkom pripremom, tiskom i doradom izdanja te njihovim utjecajem na proces proizvodnje i sadržaj tiskovina.		
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: definiranje pojmova, podjele tehnike tiska; osnovne tehnike u tisku novina, časopisa i magazina; offset tiska; priprema stroja; mogućnosti tehnike i kvaliteta otisaka; probni tisak; klasična offsetna novinska rotacija; ostale tehnike i rotacije: knjigotisak, bakrotisak i fleksotisak; digitalni tisak, digitalna novinska rotacija; usporedba strojeva za tisak na arke i rotacije; usporedba otiska u različitim tehnikama tiska; osobitosti i funkcije grafičkog dizajna; grafičko uređivanje novina i časopisa; izrada predosnutka i osnutka; odabir i obrada ilustracijskog materijala u ovisnosti o tehnici i tehnologiji tiska; sustavi boja u tisku; rad u autorsko-izdavačkom timu; imprimatur i kontrola tiska; posjeti tiskarama i grafičkim redakcijama tiskovnih medija.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje i učenje literature, sudjelovanje u posjetima tiskarama i redakcijama.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima, 25% sudjelovanje raspravama i radu na seminaru, 50% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> S. Bolanča: Glavne tehnike tiska, Acta Graphica, Zagreb 1997.; S. Bolanča: Suvremeni ofsetni tisak, Školska knjiga, Zagreb, 1991.; M. Garcia: Pure Design, Miller Media, 2002., str. 244.</p> <p><b>Preporučena:</b> Roger Black et al.: Contemporary Newspaper Design: Shaping the News in the Digital Age, Mark Batty Publisher, 2004.; Vic Giles, F.W. Hodgson: Creative Newspaper Design, 2. ed., Focal Press, Oxford 1996; O. Frei: Rollenoffset – Techniken, Systeme, Maschinen, Polygraph-Verlag, Frankfurt/Maim, 1979.; W. Walenski: Der rollenoffsetdruck, Fachschriften-Verlag, Fellbach, 1995.; Vic Giles, F.W. Hodgson: Creative Newspaper Design, 2. ed., Focal Press, Oxford 1996;</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Teorije i sustavi tiskovnog komuniciranja</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>	ECTS bodovi: <b>6</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0, 0+2</b> ) predavanja — vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima tiska kao medija, uvesti ih u suvremene tiskovne komunikacijske procese, osposobiti ih za shvaćanje i korištenje osnovnim žanrovima tiskovnog novinarstva, te rad u tisku. Teoretska znanja studenti će dobiti tijekom predavanja u prvom semestru, a praktično će ih razviti i steći profesionalne vještine na praktikumu u drugom semestru.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su : kratki povijesni pregled razvoja tiskovnog novinarstva; suvremeno stanje tiska u svijetu; tiskovni medij: karakteristika, funkcija, specifikacija i vrste; dnevni list: funkcija, specifika i organizacija; proizvodnja dnevnika: novinarska (uredništvo, uređivanje, novinar), tiskarska (tiskarske tehnologije, dizajn i grafički izgled novine) i prodajna faza, te gospodarski aspekti proizvodnje; suvremena organizacija dnevnog lista: izdavač, glavni urednik, redakcija; rubrike: unutarnjo-politička, vanjsko-politička, gradska, regionalne, sportska, kulturna, grafička i dr.; oblici izražavanja u dnevnicima: informativni, analitički i publicistički žanrovi; tipologija (podjela) tiska; kompjuterska evolucija i tisak: novi oblici komuniciranja i informiranja; novine budućnosti: elektronske novine, novine po narudžbi.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, rad na seminarima, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	50% praktični rad, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>S. Malović: Novine, 2. izdanje, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003. (155 str.); Tony Harcup: Journalism: Principles and Practice, SAGE, London 2004. (str. 360); B. Novak: Suvremeno novinarstvo, Stvarnost, Zagreb 1964. (str. 13-238);</b>  <b>Preporučena:</b> Branston Gill, Stafford Roy: The Media Student's Book, 3th ed., Routledge, London 2003; Brendan Hennesy, F.W. Hodgson: Journalism - A manual of tasks, projects and resources, Focal Press, Oxford 1995; F.W. Hodgson: Modern Newspaper Practice, 4 <sup>th</sup> ed., Focal Press, Oxford 1998.; Orlin Spassov (ed.): Quality Press in Southeast Europe, SOEMZ, Sofia 2004.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	<b>Novinarsko istraživanje i analitika</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      seminari                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente kroz analizu medija i vježbe s dvjema najvažnijim metodama rada novinara koje su nalazi u osnovi cijelog novinarskog stvaralaštva – istraživanjem i analizom informacija. Obučiti ih vještinama prikupljanja, odabira, analiziranja i komentiranja informacija.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: novinarsko istraživanje – pojam, pojava i razvoj; odabir teme istraživanja; izvori informacija – klasifikacija, metode uspostave i održavanja kontakta, korištenje; informacija – pojam, posebne metode traganja za informacijama i njihova obrada, potraga na Internetu; pisanje teksta – priprema materijala, odabir žanra, osobitosti istraživačkog članka, etički aspekti novinarskog istraživanja; novinarska analiza – pojam, pojava i razvoj; povod i odabir teme analize; odabir žanra – članak, osvrt, komentar, kritika, recenzija, feljton; metode analize i interpretacije informacija i stvarnosti; pisanje teksta; etički aspekti novinarske analize.	
Studentske obaveze	Spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	33,3% sudjelovanje u raspravama, 33,3% rad na seminaru, 33,3% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Inoslav Bešker, Orlanda Obad: Istraživačko novinarstvo, PressData, Zagreb 2004, str. 201; David Anderson &amp; Peter Benjaminson: Investigative Reporting, Indiana University Press, Bloomington &amp; London 1998., str. 300.</b>  <b>Preporučena:</b> Lusinda Fleesom: Ten steps in investigative journalism, Knigh International Press, Philadelphia 2000. - str. 96	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Istraživanje novinarske dokumentacije i arhiva	
Težina kolegija: 3. stupanj-napredni	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Radio-Televizija</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: obavezni-izborni	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0</b> ) predavanja      —      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente sa značajem istraživanja novinarske dokumentacije i arhiva te uporabe prikupljenih podataka u novinarstvu. Upoznavanje raznih vrsta dokumentacije u specijaliziranim dokumentacijskim službama. Primjena novih tehnologija u istraživanju novinarske dokumentacije.	
Sadržaj kolegija	Glavne teme su: osobni arhiv; konvencionalne i nekonvencionalne publikacije; osnove dokumentalistike; AV dokumentacija; baze podataka, digitalni dokumentacijski sustavi, Internet; digitalna multimedija; hibridni dokumentacijski sustavi; novinarska logistika, istraživanje relevantnih dokumenata; INDOK centar HRT; fono odjel HRT; hemeroteka - od papira, mikrofilma do skenera; moderni svjetski informacijski i dokumentacijski centri; referalno povezivanje - HRT, HINA, NSK, arhivi.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, učenje literature, sudjelovanje u posjeti arhivama	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	33, 3% prisustvovanje predavanjima, 66,7% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Bubenik B., Multimedijски arhivski i dokumentacijski sustav HRT, Zagreb, 2003., 20 str.; C. Godfrey: Reruns on File: A Guide to Electronic Media Archives, Lea, 1991, str. 376;</b>  <b>Preporučena:</b> R. F. Hunisett: Editing Records for Publication (Archives and Users), 1977; Media Archive, Fondation for Advancement of Illegal Knowledge, 1998	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Teorije i sustavi televizijskog komuniciranja</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Radio-Televizija</b>	ECTS bodovi: <b>6</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0, 0+2</b> ) predavanja      —      TV praktikum	Broj sati aktivne nastave: <b>60</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima televizije kao medija, uvesti ih u televizijske komunikacijske procese i osposobiti ih za shvaćanje i korištenje osnovnim žanrovima televizijskog novinarstva. Teoretska znanja studenti će dobiti tijekom predavanja u prvom semestru, a praktično će ih razviti i steći profesionalne vještina na praktikumu u drugom semestru.	
Sadržaj kolegija	Kolegij obrađuje sljedeće tematske cjeline: 1. Televizijski medij i njegova publika; 2. Vrste televizijskog programa; 3. Televizijsko novinarstvo: specifičnosti medija, novinar; 4. Temeljna profesionalna umijeća: slika i riječ, jezik i govor, stil; izbor teme, istraživanje i provjera informacija; 5. Izražajni oblici: vijest, izvještaj, priča, izravni prijenos, intervju, rasprava; komentar (analiza, interpretacija istraživanje); 6. dokumentarni program; 7. Profesionalne uloge na televiziji: producent, novinar, voditelj, najavljiivač, tehničar, dr.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i praktičnim vježbama; aktivno i spremno ispunjavanje zadataka, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Sudjelovanje u radu, usmeni ispit	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u praktičnim vježbama, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Zvonko LETICA: Televizijsko novinarstvo, Zagreb 2003., 360 str.; Ivor York: Basic Television Reporting, Focal Press, 160 str.; Robert THOMPSON: The Broadcast Journalism Handbook: A Television News Survival Guide, Rowman&amp;Littlefield Publishers Inc., 2003., 208 str.</b>  <b>Preporučena:</b> Damir MATKOVIĆ, Televizija. Igračka našeg stoljeća. Zagreb 1995.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Vizualna komunikacija	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Radio-televizija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      vježbe      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Osposobljavanje studenata za razumijevanje značaja vizualne komunikacije u medijima masovnog komuniciranja i u svakodnevnom životu. Upoznavanje s razlikama i sličnostima vizualnog komuniciranja u fotografiji, filmu i televiziji. Stjecanje praktičnih vještina snimanja.	
Sadržaj kolegija	Glavne teme su: osnovne značajke vizualnog komuniciranja; proces primanja vizualnih informacija i fiziologija oka; vizualne konstante; zapažanje kao aktivno istraživanje; opažanje oblika; planovi i njihova podjela; psihološki i estetski učinci pojedinih planova i njihove dinamike; primjerenost planova pojedinim situacijama; konotativna značenja pojedinih vrsta planova; rakursi i njihove vrste; konotativna značenja pojedine vrste rakursa; pokret slike unutar kadra; panoramiranje, zoomiranje, odzoom, vožnja; subjektivno i objektivno kretanje; zbivanje i vrijeme; istovremenost i redosljed; linearna perspektiva i kretanje unutar kadra; konotativna značenja pokreta slike; od svjetlosti do boje; nastajanje boje; oblik i boja; primarni sekundarni i tevijarni spektar boja; komplementarne boje; Munsellov kotač; Ittenova kružnica; toplo i hladno; konotativne vrijednosti pojedinog spektra boja.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i sudjelovanje u raspravama. Ispunjavanje zadataka tijekom vježbi i završnog projekta.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima, 25% ispunjavanje zadataka, 25% završni projekt, 25% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> Ivor York: <i>Television News, Focal Press, 233 str.</i> ; Ivor York: <i>Basic Television Reporting, Focal Press, 160 str.</i> ; Zvonko Letica, <i>Televizijsko novinarstvo, Disput, 28 str.</i> , Zlatan Gelb: <i>Vizualna komunikacija, skripta, 128. str.</i>  <b>Preporučena:</b> Associated Press Broadcast News Handbook, 476 str.; Andrew Boyd: <i>Broadcast Journalism, Focal Press, 448 str.</i> ; Chris Jenks (ur.): <i>Vizualna kultura, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb 2002, str. 358.</i>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Retorika	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Radio-televizija i Odnosi s javnošću</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      seminari                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Stjecanje osnovnih znanja o retorici, razvijanje kod studenata govorničkih vještina, posebno kultiviranja, proizvodnje i recepcije govora.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: govornikove dužnosti – priprema govora u fazama (inventio, dispositio, elocutio, memoria, pronuntiatio sive actio); slušateljeve dužnosti – recepcija govora i osnovna mjerila za procjenu govora, aktogeneza govora (neurološki, mehanički, aerodinamički i akustički vid govornog procesa); kvantitativna i kvalitativna analiza govora; intervju kao razgovorni žanr i metoda kvalitativnog istraživanja; humor u govoru; argumentacija – logička i kvazilogička (eristička) sredstva; patetička govornička sredstva; poetičnost u govoru (tropi i figure); govorenje i pisanje – dva medija jezične djelatnosti; uloga prozodije u organizaciji govorne poruke; gesta kao jezični govorni kanal; žargoni i autentičnost (žargon, argo, šatra, slang); ritualizacija informativnog programa elektroničkih medija.	
Studentske obaveze	Spremno sudjelovanje u seminarima, rad na vježbama, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	33,3% sudjelovanje u raspravama, 33,3% rad na vježbama, 33,3% ispit	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> P. Bourdieu: <i>Što znači govoriti?</i>, Zagreb, Naprijed, 1992.; Đ. Gračanin: <i>Temelji govorništva</i>, Zagreb; Kvintilijan: <i>Obrazovanje govornika (odabrane stranice)</i>, Sarajevo, Veselin Masleša, 1985.; I. Škarić: <i>U potrazi za izgubljenim govorom</i>, Zagreb, Školska knjiga, 1988.;</p> <p><b>Preporučena:</b> Aristotel: <i>Retorika</i>, Zagreb, Naprijed; Babić, Brozović, Moguš, Pavepić, Škarić i Težak: <i>Povijesni pregled, glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika</i>, Zagreb, HAZU i Globus, 1992.; V. Biti: <i>Pojmovnik suvremene književne teorije</i>, Zagreb, Matica hrvatska, 1997.; I. Ivas: <i>Ideologija u govoru</i>, Zagreb, Hrvatsko filološko društvo, 1988.; <i>Jedna od gramatika hrvatskog jezika i jednojezični i dvojezični rječnici u kojima su obilježeni akcenti riječi hrvatskoga jezika.</i></p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU Studij novinarstva		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Publicitet		
<b>Težina kolegija:</b> 3. stupanj-napredni	<b>Uvjeti za upis kolegija:</b> Upisana 3. godina studija, smjer Odnosi s javnošću	<b>Broj sati aktivne nastave (ukupno):</b> 30	
<b>Status kolegija:</b> obavezni-izborni	<b>Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: 1+1)</b> predavanja      seminari      —		<b>ECTS bodovi:</b> 5
<b>Ciljevi kolegija</b>	Upoznati studente s publicitetom koji kao planirani, ali neplaćeni oblik obavještanja javnosti o događanjima i novostima vezanim uz postignuća gospodarskog ili nekog drugog poslovnog subjekta, značajno doprinosi njegovoj prepoznatljivosti i reputaciji. Svrha je da studenti steknu vještine potrebne za postizanje medijske preciznosti, privlačnosti i uspješnosti u borbi s konkurencijom na medijskom tržištu.		
<b>Sadržaj kolegija</b>	Studenti će se upoznati s poviješću promotivnog komuniciranja, ciljevima, strategiji, kreativnošću u promociji, te djelatnostima unutar promocije od oglašavanja (ekonomske propagande), unapređenja prodaje, osobne prodaje (izravne komunikacije sa interesentima) do odnosa s javnošću i ekonomskog publiciteta. Osnovni pojmovi publiciteta (uvjerljivost, zanimljivost, novost, senzacionalizam), planiranje publiciteta, određivanje ciljeva, ciljne skupine, odabir vrste materijala (priopćenja, pripremljene informacije, obavijesti), odabir medija, organizacijska struktura odjela publiciteta, negativna popularnost, upravljanje nesuglasticama ili pogrešnim interpretacijama, te komuniciranje s medijima u vrijeme krize.		
<b>Studentske obaveze</b>	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, čitanje i učenje literature.		
<b>Način polaganja ispita</b>	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
<b>Ocjenjivanje studenata</b>	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 60% ispit		
<b>Literatura</b>	<p><b>Obavezna:</b> G. Keller-J.Sudar: Promocija, Zagreb 1991, str. 340.; Sandra Beckwith: Complete Publicity Plans, Adams Media, 2003, str. 334.;</p> <p><b>Preporučena:</b> David R.Yale: The Publicity Handbook, Mc Graw Hill, 2001.; Philip Kotler: Upravljanje marketingom, Informator, Zagreb 1994;</p>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	<b>Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Odnosi s javnošću</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s temeljima odnosa s javnošću i strateških komunikacija u različitim djelatnostima: korporativne i poslovne komunikacije, odnosi s javnošću u tijelima vlasti i javnom sektoru, politički PR, nevladin sektor, odnosi s lokalnom zajednicom, izgradnja međusektorskih i međunarodnih strateških komunikacija, odnosi s javnošću za kulturne i sportske djelatnosti.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. specifika Odnosa s javnošću u djelatnostima; 2. različitosti u pristupu svakoj zasebnoj djelatnosti; 3. razlike javnih i internih komunikacija u osnovnih djelatnosti; 4. posebnosti strateškog planiranja u djelatnostima; 5. instrumenti, metode i sredstava za primjenu u praksi; 6. upoznavanje na praktičnim primjerima s specifičnim karakteristikama pojedinih važnih sektora gospodarstva: IT i telekomunikacije, financije i ulaganja, medicina, farmacija i proizvodnja hrane, energija i infrastruktura, turizam i uslužne djelatnosti.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Pismeni rad i usmeni ispit.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% pismeni rad, 40% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Caywood, Clarke L.: The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications, Irwin Professional, 1997. (450 str.); Fraser P. Seitel: The Practice of Public Relations, Prentice Hall, New Jersey, 2001; Detaljni opisi i studije slučajeva iz prakse</b>  <b>Preporučena:</b> Babić, Mirjana: Korporacijski imidž, Adamić, Zagreb 2004 (380 str.); Članci stručnih publikacija: Institute of Public Relations, Mc Kinsey Quarterly, Working Knowledge – Harvard Business School, strategy+business – Booz Allen Hamilton; PR Week.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Fotografija u tiskanim medijima		
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>upisana 2. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	vježbe	—
Ciljevi kolegija	Studenti se upoznaju s fotografskim tehnikama i načinima fotografskog izražavanja te mogućnostima korištenja fotografije koja se ostvaruje, prvenstveno, kroz tiskane medije. Kroz kolegij se fotografija definira kroz njena tehnička, semantička i sintaktička načela uz pretpostavku ostvarivanja u tiskanom mediju. Kolegij studentima daje osnovna znanja potrebna za rad u timovima fotoreporter-urednik fotografije-grafički urednik.		
Sadržaj kolegija	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razvoj fotografskih tehnika i načina njenog ostvarenja u tiskanim medijima.</li> <li>2. Fotografski stilovi.</li> <li>3. Razvoj fotografije u tiskanim medijima.</li> <li>4. Crno-bijeli negativ-pozitiv fotografski sustav i njegova primjena u tiskanim medijima.</li> <li>5. Kolor negativ-pozitiv fotografski sustav i njegova primjena u tiskanim medijima.</li> <li>6. Kolor dijapozitiv fotografski sustav i njegova primjena u tiskanim medijima.</li> <li>7. Digitalizacija i autorska obrada fotografija.</li> <li>8. Izbor fotografske opreme ovisno o namjeni i tehnici realizacije kroz tisak.</li> <li>9. Izbor fotografskih materijala ovisno o namjeni i tehnici realizacije kroz tisak.</li> <li>10. Motivi i pristupi karakteristični za novinsku fotografiju.</li> <li>11. Foto-vijest, foto-intervju, foto-komentar, foto-zanimljivost, foto-esej.</li> <li>12. Foto-reportaža i dokumentarna fotografija.</li> <li>13. Fotografska sintaksa.</li> <li>14. Semantička svojstva fotografije kao medija.</li> </ol>		
Studentske obaveze	Odrađivanje vježbi, portfolio s fotografijama zadanih tema, pristupa i tehnika, čitanje literature.		
Način polaganja ispita	Ocjena portfolia. Usmeni ispit.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	50% teoretsko znanje, 50% praktični rad.		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Mikota, M.: Kreacija fotografijom, V.D.T. Publishing, Zagreb, 2000.</b>  <b>Ang, T.: Digitalna fotografija, Znanje, Zagreb, 2004.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>          Enzyklopaedie der Fotopraxis, Weltbild Verlag, Augsburg, 1989.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Sportsko novinarstvo</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: obavezno-izborni	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s posebnostima sportskog novinarstva i pripremiti ih za uključivanje u rad sportskih redakcija.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: Što znači biti sportski novinar?; Poznavanje sporta i povijesti sporta; Sport: igra i(li) posao; Pristup sportašima, trenerima i sportskim dužnosnicima i profesionalni odnos prema njima; Emocije u radu sportskog novinara; Procjena i izbor novinarskih formi, važnost opremanja tekstova; Priprema za novinarski zadatak; Posebnosti praćenja momčadskih i pojedinačnih sportova; Pristup velikim sportskim događajima i rad na putovanjima; Kako se nositi s pritiscima koji dolaze iz saveza, klubova, trenera, sportaša; Pristup amaterskom i profesionalnom sportu, "velikim" i "malim" sportovima; Vrednovanje učinka sportaša, trenera i sportskih dužnosnika; Važnost praćenja sporta na nacionalnoj razini i odnos prema inozemnim događajima; Izvještavanje s konferencija za novinare; Korištenje Interneta; Posebnosti agencijskog, radijskog i televizijskog sportskog novinarstva .	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i spremno sudjelovanje u raspravama, ispunjavanje praktičnih zadataka, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ocjenjivanje novinarskih tekstova	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	33,3% prisustvovanje seminarima i sudjelovanje u raspravama, 66,7% ispunjavanje zadataka	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Phil Andrews:Sports Journalism: A practical Introduction, SAGE Publication, 2005., str. 192; studentima će biti podjeljena skripta te novinarski tekstovi za analizu.</b>  <b>Preporučena:</b> 1.)Enciklopedija fizičke kulture Jugoslavenski leksikografski zavod, Zagreb 1975. 2) Sportski leksikon Jugoslavenski leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb 1984. 3) Nogometni leksikon Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb 2004.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
Kolegij: oznaka:	<b>Kriminalističko novinarstvo</b>		
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija, smjer Agencije-Tisak</b>		ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: obavezno-izborni	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe		Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s radom novinara koji obrađuju teme vezane uz kriminal te rad policije i sudova. Osposobljavanje studenata za izvještavanje o događajima koji se najčešće objavljuju na stranicama tzv. "crnih kronika" - prometnim nesrećama, razbojstvima, ubojstvima, organiziranom kriminalu, istragama pravosudnih organa te rad u takvim rubrikama dnevnih novina.		
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. Osobitosti rada u "crnoj kronici", svojevrsnost žanrova i tema; 2. Obrada informacija dobivenih na policijskoj press-konferenciji - pisanje vijesti; 3. Prikupljanje podataka i informacija o događaju: službeni policijski i sudski izvori, neslužbeni izvori; 4. Izvještavanje s sudskih rasprava i presuda - pisanje izvještaja; 5. Analiza "procesa" od uhićenja osumnjičenika za kazneno djelo do osuđenika; 6. Organizirani kriminal: način praćenja i istraživanje; 7. Analiza novinskih tekstova posvećenih kriminalu.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama, prisustvovanje posjetima i obilascima pravosudnih organa, pisanje vijesti i izvještaja, čitanje literature.		
Način polaganja ispita	Ocjenjivanje tekstova	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama, 75% ispit		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Mrčela, Marin: Vodič kroz kazneni postupak, Press Data, Zagreb 2003. (str. 100); Grgić, Melanija: Djeca i mladež u kaznenom postupku, vodič za novinare, Press Data, Zagreb 2003 (str. 96); Jakovina, Dražen: Parnični postupak - vodič za novinare, Press Data, Zagreb 2003 (str. 69); Skripta - razni primjeri praćenja i izvještavanja o kriminalu (str. 30)</b>  <b>Preporučena:</b>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Odnosi s javnošću u kulturi i sportu		
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>		ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe		Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija praktično osposobiti polaznike za osmišljavanje i izvođenje aktivnosti javne promocije osoba, ustanova i događanja u kulturi i sportu		
Sadržaj kolegija	Sport: uloga promotora u amaterskom i profesionalnom sportu; rad s medijima; sportska fotografija; intervjuiranje sportaša; tiskovne konferencije; vođenje i značaj sportskih statistika; osmišljavanje sportskih događaja; metode promotorstva i marketinga; izrada web stranica. Kultura: razvoj i okvir promotorstva u kulturi; razumijevanje publika; metode istraživanja tržišta; metode promocije kulturnih zbivanja u različitim granama kulture (glazbena industrija, filmska umjetnost, kazalište, opera, likovne umjetnosti);		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama i obilascima ustanova, ispunjavanje zadataka.		
Način polaganja ispita	Ocjena rada	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama, 50% ocjena ispunjenih zadataka		
Literatura	<b>Obavezna:</b> Helitzer, Melvin: <b>The Dream Job: Sports Publicity, Promotion and Marketing (3rd ed.)</b> . University Sports Press, 1999; Hill, Elizabeth; O'Sullivan, Terry; O'Sullivan, Catherine: <b>Creative Arts Marketing (2nd ed.)</b> . Butterworth-Heinemann, 2003.;  <b>Preporučena:</b> Kerrigan, Finola; Fraser, Peter; Ozbilgin, Mustafa: <b>Arts Marketing</b> . Butterworth-Heinemann, 2004.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Odnosi s javnošću u vladi i tijelima vlasti</b>	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati polaznike s osnovnim modelima unutarnjeg funkcioniranja vlade i tijela vlasti te njihovom obavezom informiranja javnosti o svom radu. Osposobiti polaznike za rad u službi za odnose s javnošću ili press-službi organa vlasti.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. ustroj tijela demokratske vlasti; 2. formiranje i funkcioniranje odjela za komuniciranje unutar tijela vlasti; 3. interna i eksterna komunikacija u organima vlasti; 4. pisani i govorni oblici komuniciranja; 5. suodnos s ostalim tijelima vlasti; 6. odnos s medijima.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i spremno sudjelovanje u raspravama, izrada zadataka, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i izrada zadataka, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> V.T. Covello (ed.): <b>Effective Risk Communication: The Role and Responsibility of Government and Nongovernment Organization</b> Trkanjec, 2004. (str. 150); Trkanjec, Željko: <b>Glasnogovornik u diplomatskoj teoriji i praksi</b> , MVP RH, Zagreb 1998. (str. 30);  <b>Preporučena:</b> William Uny: <b>Kako izbjeći ne, Pregovaranje s nepopustljivima</b> , Dureieux, Zagreb, 1993; Jon White, Laura Mazur: <b>Strategic Communication Management</b> , London, Economis Intelligence Unit & Addison-Wesley Publishing Company, 1993.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Korporativne komunikacije	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima komunikacija unutar korporacija i tvrtki, organizacijom njihovim odjela i službi za korporativne komunikacije i odnose s javnošću. Osposobiti studente za rad u sektoru za odnose s javnošću u korporacijama i tvrtkama.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. korporativne komunikacije - pojam, značenje, osobitosti organizacije i djelotvornosti; 2. korporacije i odgovornost - korporativna i društvena, prezentiranje javnosti; 3. korporacije i vanjska javnost - mjesto korporativnog komuniciranja u djelatnosti, imidžu i ugledu kompanije; 4. uloga odnosa s javnošću u filantropiji; 5. korporacije i unutarnja javnost - svrha suradnje odjela za odnose s javnošću s drugim odjelima unutar organizacije.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama, rad na vježbama, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i rad na vježbama, 50% ispit.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Paul A. Argenti, Paul Argenti: Corporate Communication, McGraw Hill, 1997, str. 250;</b>  <b>Preporučena:</b> Frank Jefkins: Public Relations Techniques, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1999.;	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	Korporativne komunikacije	
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima komunikacija unutar korporacija i tvrtki, organizacijom njihovim odjela i službi za korporativne komunikacije i odnose s javnošću. Osposobiti studente za rad u sektoru za odnose s javnošću u korporacijama i tvrtkama.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. korporativne komunikacije - pojam, značenje, osobitosti organizacije i djelotvornosti; 2. korporacije i odgovornost - korporativna i društvena, prezentiranje javnosti; 3. korporacije i vanjska javnost - mjesto korporativnog komuniciranja u djelatnosti, imidžu i ugledu kompanije; 4. uloga odnosa s javnošću u filantropiji; 5. korporacije i unutarnja javnost - svrha suradnje odjela za odnose s javnošću s drugim odjelima unutar organizacije.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama, rad na vježbama, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i rad na vježbama, 50% ispit.	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Paul A. Argenti, Paul Argenti: Corporate Communication, McGraw Hill, 1997, str. 250;</b>  <b>Preporučena:</b> Frank Jefkins: Public Relations Techniques, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1999.;	



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Komunikacija u organizaciji</b>		
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Odnosi s javnošću u djelatnostima</b>		ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
	—	izborna radna grupa	vježbe
Ciljevi kolegija	Predočiti vještine i tehnike efikasnog komuniciranja u organizaciji, naglasak je prvenstveno na pisanoj komunikaciji, sa ograničenim uvidom u verbalnu i vizualnu tehniku. Studenti trebaju pripremiti i prezentirati kritike na različite oblike komunikacije u organizaciji.		
Sadržaj kolegija	<p>Osnovne teme su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikacija u organizaciji - pojam, definicija, značenje, funkcije, ciljevi</li> <li>2. Struktura organizacije - vrste;</li> <li>3. Oblici interne komunikacije;</li> <li>4. Publika u internim komunikacijama - funkcije, vrste, analiza;</li> <li>5. Efikasno komuniciranje u organizaciji;</li> <li>6. Upravljanje komuniciranja u organizaciji;</li> <li>7. Problemi u organizacijskoj komunikaciji;</li> <li>8. Mjerenje internog komuniciranja;</li> <li>9. Projekt komuniciranja u organizaciji - tema, cilj, struktura, izrada.</li> </ol>		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i spremno sudjelovanje u raspravama, izrada praktičnih zadataka		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i izrada zadataka, 50% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Poslovna komunikacija, Renata Fox, Hrvatska sveučilišna naknada, Pučko otvoreno učilište (120 stranica); skripta će naknadno biti podijeljena polaznicima.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>          Managing the Multiple Identities of the Corporation, John M. T. Balmer, Stephan A. Greyers, 2002; Cliks and Mortar, David S. Pottuck, Terry Pearce</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Akademska pismenost	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      vježbe      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Naučiti studente vještinama i znanjima potrebnim za pisanje akademskih i medijskih tekstova, traženja i korištenja potrebne literature te ih upoznaje s mogućnostima učenja i istraživanja u biblioteci i kompjutorskoj radionici.	
Sadržaj kolegija	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. istraživanje, skupljanje i organizacija pisanog materijala - izvori, metode istraživanja i strukturiranja materijala, stilovi hrvatskog jezika - vježbe;</li> <li>2. novinarski stil, književno-novinarski stil - osobitosti, primjeri, vježbe;</li> <li>3. informacijska vrijednost teksta - istinitost, objektivnost, čitljivost;</li> <li>4. tekstovi za akademsku zajednicu - referat, seminarski rad, diplomski rad, članak - primjeri, vježbe;</li> <li>5. administrativan stil - znanstvena biblioteka i dokumentacijski centri kao izvori informacija, drugi izvori;</li> <li>6. znanstveni stil - istinitost i autentičnost, kontekst - vježbe;</li> <li>7. analitički i kritički pristup u istraživanju i pisanju;</li> <li>8. prezentiranje teksta i rada - vježbe.</li> </ol>	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama i rad na seminarima. Pisanje tekstova, Ispunjavanje i prezentacija projektnih zadataka.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje predavanjima i rad na seminarima, 25% izrada i prezentacija projekata, 50% ispit.	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Hennesy, B. (4. izdanje, 2004), Writing an Essay, How to Books, Oxford (str. 18-120);</b>  <b>Gordon, D, Kittross, J.M. (1999), Controversies in Media Ethics, Longman, New York (str 72-92; 148-182; 256-268);</b> odabrani znanstveni članci Silić, J., Kolo, 1996-1997, ukupno 220 str.</p> <p><b>Preporučena:</b>  Silić, J., Rečenica i funkcionalni stilovi hrvatskoga standardnog jezika, Kolo br. 1, proljeće 1998;  Silić, J., Komunikativno ustrojstvo rečenice i interpunkcija, Kolo br. 3, jesen 1998; Silić, J., Hrvatski standardni jezik i standardna narječja, Kolo br. 4, zima 1998; Silić, J., Gramatički red riječi u hrvatskome jeziku, Kolo br. 1, proljeće 1999; Silić, J. Gramatički red riječi u hrvatskome standardnom jeziku (2), Kolo br. 2, ljeto 1999; Silić, J., Gramatički i komunikacijski red riječi u suodnosu, Kolo br. 3, jesen 1999.</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	<b>Medijska pismenost</b>	
Težina kolegija: <b>1. stupanj-temeljni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> ) predavanja      seminari      –	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Razviti vještine i znanja za kritičko korištenje pojedinih medija, kao i etički i estetski odnos prema medijskim sadržajima i međunarodnim komunikacijskim pravima djece i odraslih u sredstvima masovnog komuniciranja. Osposobiti studente za kompetentno sudjelovanje u procesu javne komunikacije i prenošenje stečenih vještina drugim skupinama hrvatske javnosti.	
Sadržaj kolegija	Koncept medijske pismenosti (media literacy) definiran je na inicijativu UNESCO-a (National Leadership Conference on Media Literacy, 1992) kao «sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka putem medija». Teme su: ljudska prava u dimenziji medija - međunarodne konvencije, preporuke i rezolucije – s posebnim osvrtom na prava djece i zaštitu prava djece u medijskom okruženju (novinarska etika, etika oglašivača, etika medijskih korisnika); zašto ljudi trebaju medije; načela medijskog ustroja i medijske industrije; industrije zabave i nasilje kao zabava; posljedice medijskog nasilja; senzacionalizam, žuto novinarstvo; društvena odgovornost medija; medijski stereotipi i pornografija; komercijalizacija, reklame i medijsko oglašavanje; teen-tržište; medijska konstrukcija stvarnosti.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature	
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, 25% seminarski rad, 50% ispit	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  Feilitzen, C., Carlsson U.: <i>Promote or Protect. Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2003 (str. 260); Kellner, D.: Media Culture and Victory of Spectacle// www.culturalstudies.com (str. 20); Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R.: Život s medijima. Priručnik za nastavnike, roditelje i odgojitelje iz medijskog odgoja. Doron, Zagreb 1999 (str. 185); Rodman, G. Mass Media Issues: «Stereotyping» and «Violence». Iowa: Kendall-Hunt Publishing Company (str. 11)</i></p> <p><b>Preporučena:</b>  Fowles, J.: <i>The Case for Television Violence</i>. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE 1999. (str. 155); Ilišin, V., Radin F., Marinović Bobinac A.: <i>Djeca i mediji</i>. Zagreb: DZZOM i IDIZ 2001. (str. 175); "Medijska pismenost"// <i>Medijska istraživanja/Media Research</i>, (2003) God. 9 br. 2 (str. 120); Parry, A.: <i>Kako prepoznati opasnosti Interneta. Vodič za škole i roditelje</i>, Neretva, Zagreb 2003 (str. 346); Postman, N.: <i>Amusing Ourselves to Death</i>, Penguin Books, New York 1985 (str. 184); Potter, W.J.: <i>Media Literacy. Second Edition</i>. London: SAGE Publication 2001. (str. 423)</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
Kolegij: oznaka:	Znanost u novinarstvu	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      seminari                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje s osnovnim načelima dnevnog i istraživačkog novinarstva u pisanju o znanosti te s društvenom odgovornošću koju imaju mediji i novinarstvo prema informiranju javnosti i populariziranju znanosti. Osposobiti studente za rad u znanstvenim rubrikama i redakcijama te časopisima.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme: 1. znanstveni, medijski i novinarski diskurs; 2. etika znanstvenog rada, novinarska etika, etike ostalih diskursa; 3. mediji o znanosti - osobitosti dnevnog i istraživačkog izvještavanja; 4. analiza sadržaja hrvatskih tiskovnih medija; 5. osobitosti predstavljanja i prezentacije znanstvenih tema s obzirom na vrstu medija, rubrike, područja, znanstvene discipline 6. pisanje eseja i novinarskih tekstova, izrada samostalnog novinarskog priloga.	
Studentske obaveze	Aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, ispunjavanje zadataka, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ocjena rada tijekom semestra	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	30% sudjelovanje u raspravama, 30% rad na seminarima, 40% izrada završnog priloga	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Marušić, M. (ur.): Uvod u znanstveni rad u medicini, Medicinska zaklada, Zagreb 2004 (30 str.); Silobrčić, V.: Kako sastaviti, objaviti i ocijeniti znanstveno djelo, Medicinska zaklada, Zagreb 1994 (22 str.); Kellner, D.: Media Culture and Victory of Spectacle// www.culturalstudies.com (20 str.); Košir M., Zgrabljic N., Ranfl R.: Život s medijima, Priručnik za nastavnike, roditelje i odgojitelje iz medijskog odgoja, Doron, Zagreb 1999, (185 str.); Zgrabljic, N.: Mediji i medijska pismenost (u pripremi), Golden Marketing, Zagreb, cca 200 str.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Fowles, J.:The Case for Television Violence, Thousand Oaks, London 1999 (str. 155); Ilišin V., Radin F., Marinović-Bobinac A.: Djeca i mediji, DZZOM i IDIZ, Zagreb 2001 (str. 175); Medijska pismenost// Medijska istraživanja (2003), god. 9, br. 2. (str. 120); Parry A.: Kako prepoznati opasnosti Interneta. Vodič za škole i roditelje, Neretva, Zagreb 2003 (str. 346); Postman, N.:Amusing Ourselves to Death, Penguin Books, New York 1985 (str. 184); Potter, W.J.: Media Literacy, Sage Publication, London 2001 (str. 423);</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Medijski nastup i glasnogovorništvo	
Težina kolegija: <b>2. stupanj-razvojni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>Obavezno-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>15</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati polaznike sa temom medijskog nastupa, što i kako se medijski nastupa u pojedinim medijima i pred medijima. Pripremiti polaznike za samostalan nastup u medijima.	
Sadržaj kolegija	Teme su: verbalna i neverbalna komunikacija, izražavanje, dikcija i ton, poznavanje tehnologije medija, strategija i taktika medijskog nastupa, medijske zamke, izražavanje naklonosti, odnosi s medijima, vrste i tehnike medijskog nastupa po vrsti medija, izražajnost, odijevanje za medijski nastup, semiotika i simbolika. Tijekom praktičnih vježbi u studijima i simulacija realnog nastupa u medijima polaznici će uvijek bavati svoje ponašanje u medijima i pred medijskom tehnologijom, a kasnije će u suradnji s predavačem analizirati svoj rad.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje nastavi i spremno sudjelovanje u raspravama, čitanje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	33,3% sudjelovanje u raspravama, 33,3% seminarski rad, 33,3% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> Pease Allan :Govor tijela, AGM Zagreb 2002 (168 str.);Chevalier, Gheerbrant : Rječnik simbola, NZMH Zagreb 1994. - odabrani pojmovi; Ailes Roger, Kraushar Jon: You are the massage, Doubleday/currency, New York 1989( 221 str.);  <b>Preporučena:</b> Wallraff Gunter, Na samom dnu, SNL Zagreb 1986.; Wallraff Gunter, Operacija Bild, Otokar Keršovani, Rijeka 1978; Lippman Walter: Javno mnijenje, Naprijed Zagreb 1995.; Oliver W Richard, What is Transparency, McGraww-Hill; Reina&Reina:Trust&Betrayal in the Workplace: BerrettBKKoehler, San Francisco 1999; Mackay Harvey: Swim with the sharks, Sphere Books Limited 1988.;.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Mediji u Europskoj uniji</b>		
Težina kolegija: <b>3. stupanj-napredni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 3. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija predstavljajući medijski prostor u Europskoj uniji, posebno zakone i pravilima koji ga oblikuju te osobitosti poslovne politike medija, upoznati studente s specifikama i regulativama medijske scene na kojoj će sami u skoroj budućnosti djelovati.		
Sadržaj kolegija	Teme su: 1. povijesni pregled pravne regulacije medijskog prostora i tržišta u Evropskoj uniji; 2. proces usklađivanja nacionalnih zakona i propisa s EU - analiza; 3. formiranje jedinstvenog tržišta - osnove, principi, pozitivne i negativne strane za nacionalna tržišta; 4. medijsko tržište Europske unije - osobitosti, preteča globalnom tržištu, razlike s drugim velikim tržištima; 5. borba s koncentracijom vlasništva u medijima - zakoni, tržišna ograničenja, perspektive; 6. medijska politika - Europska unija, države, velike korporacije; 7. medijska scena Europske unije - pregled		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u seminarima, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit.		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> M. Paraschos, E. Paraschos: <b>Media Law and Regulation in European Union: National, Transnational and U.S. Perspectives</b>, Iowa State Press, 1997., str. 274; Martyn Bond: <b>Europe, Parliaments and the Media</b>, Kogan Page, 2001., str. 220; M. Kelly, G. Mazzoleni, D. McQuail: <b>The Media in Europe: The Euromedia Handbook</b>, 3rd ed., SAGE Publication, 2004., str. 288.</p> <p><b>Preporučena:</b> Dimitros Skiadas: <b>Democracy and Information Society in Europe</b>, Palgrave Macmillan, 2000.; David Ward: <b>The European Union Democratic Deficit and the Public Sphere: An Evolution of EU Media Policy</b>, Ios Pr Inc., 2004.; <b>Television and Media Contrecation Regulatory Models on the National and European Level</b>, Council Europe Publishing, 2001;</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Metodologija istraživanja masovne komunikacije		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan diplomski studij</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Na početku diplomskog studija prikazati različite mogućnosti i metode znanstvenoga istraživanja medija i olakšati studentima odluku čemu će se u svom znanstvenom radu posvetiti i koju će temu magistarskoga rada izabrati.		
Sadržaj kolegija	Teme su: 1. Pregled povijesne metodologije istraživanja medija; 2. Metodologija humanističkih i društvenih znanosti; 3. Empirijsko istraživanje masovne komunikacije. 4. Što je metoda i empirija?; 5. Mjerenje i brojenje podataka; 6. Izbor i reprezentativnost podataka; 7. Osnovne metode - anketa; intervju; analiza sadržaja; eksperiment; 8. Kompjutorska obrada podataka; 9. Provjera valjanosti podataka i rezultata; 10. Presentacija rezultata.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, 50% usmeni ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Mario PLENKOVIĆ: Komunikologija masovnih medija, Zagreb 1993., str. 211 - 234.;</b>  <b>Arthur Asa Berger: Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches, SAGE Publications, 2000., str. 320;</b>  <b>Heinz PÜRER: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz 2003. str. 521- 574.;</b>  <b>Hans-Bernd BROSIUS / Frederike KOSCHEL, Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einfuehrung. Wiesbaden 2002, 230 str.;</b> skripta će naknadno biti podijeljena studentima</p> <p><b>Preporučena:</b>  John FISKE: Introduction to communication studies, Routledge, London 1990., str. 190; Paula M. Poindexter, Maxwell E. McCombs: Research in Mass Communication: A Practied Guide, 1994; Werner FRUEH, Inhaltsanalyse. Konstanz 2001, 260. str.; Klaus POENICKE, Wie verfasst man wissenschaftliche Arbeiten? Duden Taschenbuch, 1988, 180 str.;</p> <p>Jennings BRYANT, Susan THOMPSON, Fundamentals of Media Effect, McGraw Hill, Boston 2002.;</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> <b>Djelotvornost medija</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan diplomski studij, smjer Mediji i smjer Masovna komunikacija</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>	
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>	
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija dublje uvođenje studenata u područje učinaka i posljedica medijskoga komuniciranja, kao i motiviranje studenata za znanstveni rad.		
Sadržaj kolegija	Kolegij će obuhvatiti sljedeća tematska područja: Pojam i preduvjeti djelotvornosti; Teorijski pristupi proučavanju učinaka medija u procesu masovnog komuniciranja; Počeci istraživanja djelotvornosti, spektakularne studije djelotvornosti i temeljni interesi za istraživanje djelotvornosti; Ideologije djelotvornosti; Teorije djelotvornosti: što mediji rade s ljudima (teorija podražaja i reakcije; teorija "dnevnoga reda"), što ljudi rade s medijima (teorija koristi; teorija "spirale šutnje"); Model "dva stupnja masovne komunikacije"; Teorija televizije kao jakog medija i teorija "jaza u znanju"; Metodološka pitanja u istraživanju djelotvornosti. Utjecaj fiktivnoga nasilja u medijima na ponašanje mladih i na porast nasilja u društvu; "Televiziji stvarnosti" i "sekundarna viktimizacija".		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, 25% pisanje seminarskog rada, 50% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Jennings Bryant, Susan Thompson: Fundamentals of Media Effects, McGraw Hill, 2002. (str. 412); Michael KUNCZIK / Astrid ZIPF: Uvod u publicističku znanost i komunikologiju, Zagreb 1998. (121 - 184); Juraj Mirko MATAUŠIĆ, Masmediji i nasilje, Kateheza, Zagreb, 8/1986, br. 1, (str. 67 - 77); Paul TROWLER: Komunikacija i mediji. u: Michael HARALAMBOS / Martin HOLBORN, Sociologija, Zagreb 2002., (str. 934 - 963);</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Juraj Mirko MATAUŠIĆ: Utjecaj masmedija na obitelj, Kateheza, 9/1987, br. 2, (str. 34 - 41); Gordan ČRPIĆ / Juraj M. MATAUŠIĆ: Povjerenje u medije, Bogoslovska smotra, Zagreb LXVIII (1998), br. 4, (str. 673 – 683); Michael JAECKEL: Medienwirkungen, Wiesbaden 1999.</p>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b>	<b>Zakoni medijskog tržišta</b>	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s pravnim zakonima i propisima koji reguliraju gospodarsku djelatnost masovnih medija, ali i tržišnim zakonitostima njihova funkcioniranja. Na predavanjima i seminarima oni će se upoznati s uvjetima u kojima posluju mediji, načinima i specifikama njihovog poslovanja, problemima s kojima se pri tome susreću te njihovom utjecaju na medije i novinare.		
Sadržaj kolegija	Teme su: sredstva javnog informiranja i tržište; informacijsko tržište - pojam, aspekti, pravni okviri, struktura, organizacija, transnacionalne kompanije, koncentracija vlasništva; pravne i ekonomske osnove organizacije informacijskog (medijskog) biznisa; medijska politika Evropske unije - utjecaj na ekonomsko poslovanje medija; informacijsko tržište u Hrvatskoj - pravna regulativa; financijski kapital na hrvatskom informacijskom tržištu; osnove redakcijsko-izdavačkog marketinga, proučavanje tržišta, planiranje, itd.; marketinška služba; financijska politika novinske redakcije - planiranje, proračun, rashod, prihod, prodaja tiraže i oglasnog prostora; financijska politika TV, radio, informativnih agencija i Internet-izdanja; redakcijski menadžment - kolektiv, tehnička infrastruktura, distribucija (za TV i radio odašiljači, troškovi licenca za rad), biznis-plan redakcije, itd.; upravljanje redakcijskim kolektivom; ekonomske osnove rada novinara.		
Studentske obaveze	Prisustovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Alan B. Albarran: Media Economics, Iowa State University Press, Ames, 1996, str. 196;</b>  <b>Robert G. Picard, Jeffrey H. Brody: The Newspaper Publishing Industry, Allyn&amp;Bacon, Boston, 1996, str. 194;</b>  <b>Ben H. Bagdikian: The Media monopoly, Beacon Press, Boston 2000;</b>  <b>Blanka Jergović: Odmjeravanje snaga, Izvori, Zagreb 2004., str. 121-154;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Peter Block (ed.): Managing in the Media, Focal Press, 2001; Zrinjka Peruško Čulek: Demokracija i mediji, Zagreb, Barbat, 1999.; Matković Damir: Televizija - igračka našeg stoljeća, Zagreb, AGM, 1995.; Mučalo Marina: Radio u Hrvatskoj, Zagreb, Fakultet političkih znanosti, 2002.; Malović S. Novine, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003.; Stjepan Malović: Medijski prijevori, Sveučilište u Dubrovniku, Zagreb 2004.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Masovna komunikacija i mediji u suvremenim uvjetima</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija, smjer Mediji i Masovna komunikacija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Tri su faktora, odnosno procesa, koji danas usmjeravaju masovne komunikacije i medije te utječu na njihovo djelovanje: demokracija, globalizacija i informacijsko društvo. Cilj je kolegija upoznati studente s njihovim djelovanjem na masovnu komunikaciju i medije, zbog čega će se na predavanjima davati teoretski aspekti tog utjecaja, a na seminarima će se oni analizirati na konkretnim primjerima i situacijama.		
Sadržaj kolegija	Osnovne su teme: demokracija – konzervativne i liberalne ideje, medijska demokracija, ideja slobode medija u demokratskoj teoriji; civilno društvo, javnost i kultura demokracije; masovna komunikacija u javnoj službi – mediji kao četvrta vlast i socijalni institut; globalizacija – pojam, razvoj; globalizacija - globalizacija i mediji - globalizacija medijskog prostora – transnacionalne korporacije, transnacionalni mediji i globalna informacija; globalni novinar i globalna publika; informacijskog društvo – pojam, povijesni razvoj; mediji kao politički prostor informacijskog društva; novi mediji i diversifikacija masovne publike; računalno posredovana komunikacija; virtualno društvo; umreženo društvo.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> Herbert J. GANS, <i>Democracy and the News</i>, Oxford University Press, New York, 2003. 115 str.; John STREET, <i>Masovni mediji, politika i demokracija</i>, Politička misao, Zagreb, 2003. 60 str.; Zrinjka PERUŠKO ČULEK, <i>Demokracija i medji</i>, Barbat, Zagreb, 1999., 70 str.; Terhi Rantanen: <i>The Media and Globalisation</i>, Sage Publication, 2004., str. 192; Manuel CASTELLS, <i>Informacijsko doba: Ekonomija, društvo i kultura</i>, T.1-3, ukupno 200 str.; Robert HASSAN, <i>Media, Politics and the Network Society</i>, Open University Press, Berkshire 2004., 138 str.</p> <p><b>Preporučena:</b> Denis McQUAIL, <i>McQuail's Mass Communication Theory</i>, Sage Publications, London, 2000.; Stjepan MALOVIĆ, <i>Medijski prijepori</i>, Sveučilište u Dubrovniku, Zagreb 2004.; Manuel CASTELLS, <i>Internet Galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu</i>, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2003.; James CURRAN, <i>Media and Power</i>, Routledge, London 2002.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Politološki aspekti masovne komunikacije		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>upisana 1. godina studija, smjer Mediji i Masovna komunikacija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Kolegij uvodi studente u razumijevanje odnosa između medija i politike kao jedno od osnova djelovanja tih dviju javnih sfera djelatnosti. Analizom realizacije političkih procesa u medijima i javnosti, kao i analizom tipičnih primjera utjecaja medija na politiku u praktičnom radu upoznaje studente s temeljnim konceptima utjecaja medija na politiku i obratno.		
Sadržaj kolegija	Kolegij obrađuje pitanja međusobnih odnosa između medija i politike, ulogu medija u političkom životu društva i utjecaj politike na medije, kroz sljedeće teme: Odnosi između medija i politike; Uloge medija u društvu; Uloga medija u uspostavljanju javnosti i u demokratizaciji društva; Mediji i politički procesi; Utjecaj medija na percepciju politike u javnosti; Mediji u izborima, Utjecaj politike na medije; analiza slučajeva utjecaja medija na političku akciju; politički PR, spin doktori i mediji.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i spremno sudjelovanje u raspravama. Pisanje i usmeno izlaganje seminarskog rada. Učenje literature		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Brian McNair, Uvod u političku komunikaciju, Zagreb 2003., 210 str.; Thomas Meyer, Mediokracija i medijska kolonizacija politike, FPZ, Zagreb 2003., str. 5-80; John Street, Masovni mediji politika i demokracija, FPZ, Zagreb 2003., str. 1-70, 155-235; Blanka Jergović, Odmjeravanje snaga, Izvori, Zagreb, 2004, str. 11-24; 57-65; 183-234.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>          Noam Chomsky, Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš, Zagreb 2001; Murray Edelman, Konstrukcija političkog spektakla, FPZ, Zagreb, 2003.; Ivan Šiber, Politički marketing, Politička kultura, Zagreb 2003.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Profesija – novinar (PRAKTIKUM)		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) — vježbe —		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija stjecanje profesionalnih novinarskih vještina kod studenata, prvenstveno vještina prikupljanja i obrade informacija u novinarski tekst ili prilog. Studenti će biti podijeljeni na grupe (redakcije) prema mediju koji su izabrali (tisak-agencije, online medij, radio, televizija), unutar kojih će na web-stranicama studija, a prema dogovoru i u konkretnim medijima, razvijati svoje vještine.		
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: 1. redakcija - struktura, organizacija, odgovornosti; 2. redakcijski kolegij - pregled događaja, ponude i odabir tema, raspodjela zadataka 3. priprema za temu / događaj (konzultiranje dokumentacije, leksikona i sl.); 4. prikupljanje podataka - odlazak na mjesto događaja, razgovor sa sudionicima (akteri, svjedoci, stručnjaci); 5. izvori informacija - službeni i neslužbeni, sudionici, stručnjaci, dokumenti, ostalo; 6. objektivnost informacija - provjera podataka; 7. pisanje teksta, snimanje priloga - odabir žanra, struktura teksta i priloga; 8. pisanje tekstova i snimanje priloga za različite rubrike i vrste programa - informativni, servisni, politički, kulturni, sportski i dr. materijali, informativni, analitički i publicistički žanrovi.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i aktivno sudjelovanje u vježbama, ispunjavanje zadataka, učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ocjena rada tijekom semestra	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	100% ocjenjivanje rada na vježbama		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Literatura po izboru svakog predavača</b>  <b>Preporučena:</b> Preporučuje je svaki predavač.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Istraživanje javnoga mnijenja		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan 7. semestar, smjer Masovna komunikacija i Odnosi s javnošću</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Glavni je cilj kolegija upoznati studente s načinom provođenja, ispravnom interpretacijom i mogućim izvorima grešaka istraživanja javnoga mnijenja te ih tako osposobiti za pravilno vrednovanje i uporabu rezultata tog medijski atraktivnog, ali iznimno osjetljivog područja društvenih istraživanja.		
Sadržaj kolegija	Pojam javnoga mnijenja; glavne značajke istraživanja javnoga mnijenja; faze istraživanja (konceptualizacija, operacionalizacija, realizacija); pregled glavnih vrsta i metoda istraživanja javnoga mnijenja; osobni intervju i fokus-grupe; anketa (vrste anketne metode, planiranje i realizacija uzorka, konstrukcija anketnog upitnika, provedba ankete, obrada i interpretacija rezultata); ostale metode u istraživanju javnoga mnijenja; metrijske karakteristike istraživanja i glavni izvori grešaka i pristranosti; etika istraživanja javnoga mnijenja.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, rad na seminarima, čitanje i učenje literature, izrada seminarskog rada.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% prisustvovanje predavanjima i rad na seminaru, 20% seminarski rad, 40% ispit.		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  (Lamza Posavec, V. (2003), Istraživanje javnoga mnijenja (skripta) (str. 156.)  Lamza Posavec, V. (1995), Javno mnijenje: teorije i istraživanje, Zagreb:Alinea (str. 178)  Gawiser, S. R., Witt, E. G. (1994), A Journalist's Guide to Public Opinion Polls, Westport: Praeger Publishers. (str. 162.); stručni i znanstveni članci; istraživanja.</p> <p><b>Preporučena:</b>  Odabrani članci o metodologiji istraživanja javnoga mnijenja iz časopisa: Public Opinion Quarterly, International Journal of Public Opinion Research, Društvena istraživanja i dr.; ESOMAR Handbook of Market and Opinion Research: Humphrey Taylor: Opinion polling;</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU Studij novinarstva		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Izravni marketing		
<b>Težina kolegija:</b> 4. stupanj-vrsni	<b>Uvjeti za upis kolegija:</b> Upisana 1. godina studija, smjer Odnosi s javnošću	<b>Broj sati aktivne nastave (ukupno):</b> 30	
<b>Status kolegija:</b> obavezni-izborni	<b>Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: 1+1)</b> predavanja      seminari      –	<b>ECTS bodovi:</b> 6	
<b>Ciljevi kolegija</b>	Upoznati studente s izravnim marketingom čije je osnovno obilježje neposredna, interaktivna komunikacija (između ponuditelja proizvoda/usluga i interesenta, odnosno korisnika/potrošača) postala conditio sine qua non uspjeha gospodarskog subjekta koji se u najvećoj mogućoj mjeri želi približiti potrošaču i zadovoljiti njegove potrebe i želje. Kao i s marketinškim mogućnostima novih medija i suvremenih tehnologija.		
<b>Sadržaj kolegija</b>	Teme su: Teoretske osnove i iznošenje bitnih postavki izravnog marketinga /definicija izravnog marketinga, specifičnosti izravnog marketinga, razvitak izravnog marketinga i perspektiva / Funkcionalni aspekti izravnog marketinga – komparativna analiza između izravnog i “klasičnog” marketinga /politika proizvoda, politika cijena, politika distribucije, politika promocije/ Upravljanje izravnim marketingom ( istraživanje marketinga, planiranje, operativno djelovanje /ponuda, uvjeti prodaje, usluge, promocijske konstante i mediji s posebnim osvrtom na izravnu poštu, te korištenje novih interaktivnih medija primjerice mobilnih telefona, Interneta i njegovih servisa (World Wide Weba, elektronske pošte, diskusijske skupine i drugo/, kontrola) Pravni aspekt primjene izravnog marketinga (odgovorno oglašavanje, pravila ponašanja na mreži, zaštita privatnosti i podataka.		
<b>Studentske obaveze</b>	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama na seminarima, čitanje i učenje literature		
<b>Način polaganja ispita</b>	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
<b>Ocjenjivanje studenata</b>	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 60% ispit		
<b>Literatura</b>	<b>Obavezna:</b> Dr.sc. Mirna Sudar-Kulčar; skripta u pripremi, cca 200 str. Bob Stone: Successful Direct Marketing, 7. ed., McGraw-Hill, 2001., str. 608.		
	<b>Preporučena:</b> Susan Jones: Creative Strategy in Direct Marketing, NTC Business Books, Lincolnwood 1990, str. 430.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	<b>Psihologija marketinga</b>	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija, smjer Odnosi s javnošću</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0</b> ) predavanja      —      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima unutar psihologije marketinga te razvijanje vještina primjenjivih u praksi.	
Sadržaj kolegija	Osnovni pojmovi o marketingu. Psihologija i marketing. Potrošačko donošenje odluka. Psihički procesi i osobine potrošača. Segmentacija tržišta. Pozicioniranje proizvoda. Kulturalne i grupne odrednice potrošačkog ponašanja. Situacijske odrednice potrošačkog ponašanja. Komunikacijski procesi. Istraživanja u marketingu.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Kolokviji i usmeni ispit.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>
Ocjenjivanje studenata	33,3% prisustvovanje predavanjima, 66,7% kolokviji ili ispit	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> <b>Milas, G. (2002). Psihologija marketinga: skripta. Zagreb: Hrvatski studiji.</b></p> <p><b>Preporučena:</b> Assael, H. (1995). Consumer behavior and marketing action (5th ed.). Cincinnati: South-Western College Publishing; Pratkanis, A. i Aronson, E. (1991). Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion. New York: W.H. Freeman; Schiffman, L.G. i Kanuk, L.L. (2000). Consumer behavior (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice-Hall, Inc.; Peter, J.P. i Olson, J.C. (1996). Consumer behavior and marketing strategy. Boston: Irwin/ McGraw-Hill. Engel, F.J., Blackwell, D.R. i Miniard, W.R. (1995). Consumer behavior. Dryden Press.</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Komunikacijska psihologija</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija, smjer Masovna komunikacija</b>		ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	–	–
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osnovama znanosti o ljudskoj komunikaciji, s naglaskom na interpersonalnom komuniciranju kao njezinom temeljnom obliku.		
Sadržaj kolegija	Teme su: Pojam komunikacije i povijesni razvoj znanosti o komuniciranju. Glavne značajke i vrste komunikacije. Modeli komuniciranja. Glavni elementi komunikacije prema općeprihvaćenom modelu. Pojam i značajke interpersonalne komunikacije. Razvoj sposobnosti komuniciranja. Uspješna komunikacija. Konverzacija. Persuazija. Oblikovanje i razaranje međuljudskih odnosa.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, čitanje i učenje literature		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	33,3% prisustvovanje predavanjima, 66,7% ispit		
Literatura	<b>Obavezna:</b> Reardon, K. (1998). Interpersonalna komunikacija, Zagreb, Alineja (str. 13-186); Tubbs, S.L.; Moss, S. (1991), New York, McGraw-Hill, Inc. (str. 4-27; 201-418); Pearson, J. C., Spitzberg, B.H. (1990). Interpersonal Communication, Dubuque: Wm. C. Brown Publishers. (str. 4-26)		
	<b>Preporučena:</b>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Kulturološki aspekti masovnog komuniciranja</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina diplomskog studija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s važnošću medijski posredovanih znakova popularne kulture u prostoru iz kojeg definiramo sebe i svijet oko sebe te s teorijama medija i masovnog komuniciranja koje se zasnivaju na kulturnim studijama i učenjima.		
Sadržaj kolegija	Problematizira se retroaktivno preoznačavanje tradicije i opetovano strukturiranje naracija o prošlosti, posebice u smislu dijakronijskih uvida u formule i konvencije proizvodnje medijskih tekstova. Kolegij nudi pregled relevantnih teorija i istraživanja, no izdvaja interdisciplinarni pristup kulturalnih studija, čime, među ostalim, izbjegava diobu prostora kulture.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  Fiske, John i John Hartley. 1992. Čitanje televizije. Zagreb: Barbat&amp;Prova. 151 str.; Inglis, Fred. 1997. Teorija medija. Zagreb: AGM, Barbat. 211 str.; Ilišin, Vlasta, Ankica Marinović-Bobinac, Furio Radin. 2001. Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži. 175 str.; Strinati, Dominic. 1995. An Introduction to Theories of Popular Culture. London and New York: Routledge. 301 str.</p> <p><b>Preporučena:</b>  Richard Campbell, (etc.): Media and Culture: An Introduction to Mass Communication, Bedford, 2003.; Terry Eagleton: Ideja kulture, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2002.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Istraživački projekt</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obvezatni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      mentorski rad                      —		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Ovo nije kolegij u punom smislu te riječi. Zamisao je da studenti surađuju na istraživačkim projektima koje će studij komunikologije provoditi, kako samostalno, tako i s drugim studijima na Hrvatskim studijima ili da u suradnji s mentorom provode vlastita istraživanja kao osnovu ili dio buduće magistarske radnje. Cilj je da studenti dobiju iskustva u sudjelovanju u znanstvenim istraživanjima te obradi podataka i predstavljanju rezultata.		
Sadržaj kolegija	Mentori će uvoditi studente u istraživanje te ih stalno pratiti, konzultirati i usmjeravati, zbog čega će ih studenti redovno izvještavati o svom radu i ispunjenim zadacima. Tema istraživanja je usko povezana s temom buduće magistarske radnje studenata, dogovara se s mentorom, kao i plan, metodologija te tehnike provođenja istraživanja i prezentacije njegovih rezultata.		
Studentske obaveze	Spremno dolaziti na konzultacije, ispunjavati plan i zadatke, čitanje i učenje literature		
Način polaganja ispita	Ocjena istraživačkog projekta	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	60% rad na projektu, 40% čitanje i učenje literature		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Određuje je mentor.</b>  <b>Preporučena:</b> Preporučuje je mentor.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
Kolegij: oznaka:	Rizici masovnog komuniciranja		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Mediji i Masovna komunikacija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s stranama utjecaja i moći medija koje mogu imati neželjene i negativne posljedice te ih osposobiti da previđaju takve posljedice svog rada te ih onemogućuje.		
Sadržaj kolegija	<p>Osnovne teme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nasilje u medijima – utjecaj na javnost, zaštita djece od neželjenih učinaka, etika i moral, zakoni;</li> <li>- mediji u ratovima – pozicija novinara i medija, pristranost, ratna propaganda, informativni ratovi, etika i moral, zakoni;</li> <li>- mediji i terorizam – opasnosti modernog terorizma, uloga medija u borbi s terorizmom, uloga medija u širenju terorizma, etika i moral, propisi i zakoni;</li> <li>- mediji i sigurnost - tko koga uhodi?, uloga medija u djelatnosti sigurnosnih snaga i obrnuto, tajni transkripti i njihova objava - obračun u medijima ili nad medijima, etika i moral, zakoni;</li> <li>- sigurnost i reklama – informacijska i psihološka sigurnost u reklamnoj komunikaciji, jezične manipulacije u reklamnom diskursu, smisao i utjecaj reklama;</li> <li>- mediji i ekologija – mjesto ekologije u medijskom sadržaju, širenje ekološke svijesti ili straha od smrti.</li> </ul>		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Barbie Zelizer, Stuart Allan (ed.): Journalism after September 11, Routledge, London and New York, str. 260; Howard Tumber&amp;Jerry Palmer: Media at war – The Iraq crisis, Sage Publications, London, 2004. – str. 172; Paul Wilkinson: Terorizam protiv demokracije, Golden Marketing, Zagreb, 2002. – str. 130; Parlamentarni nadzor nad sigurnosnim sektorom: načela, mehanizmi i praksa, Međuparlamentarna unija, 2004. – str. 70;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Bill Kovach&amp;Tom Rosenstiel: Warp speed: America in the Age of Mixed Media; The Century Foundation Press, N.Y., 1999. – str. 178.; Tanya Horeck: Public rape: representing violation in fiction anf film, Routledge, 2004; Richard Keeble: Ethics for journalists, Routledge, 2001; Ciaran McCullagh: Media Power: A Sociological Introduction, , Palgrave, New York, 2002; P. Rayner, P. Wall, S. Kruger: Media Studies: The Essential Introduction, Routledge, 2001;</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Masovno komuniciranje i novi mediji</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Mediji i Odnosi s javnošću</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Novi su mediji i digitalne tehnologije doveli do udruživanja formi tiskanih i audio-vizualnih medija, promijenili organizaciju medijskih redakcija i stvorili novi medijski izraz. Upoznavanje s njihovim osobitostima i mogućnostima te načinima njihove primjene u masovnim komunikacijama, novinarstvu i odnosima s javnošću cilj je ovog kolegija.		
Sadržaj kolegija	Teme: Povijest novih medija; Uvod u HTML - Netscape Composer, Dreamweaver, PhotoShop, Fireworks; Pronalaženje i procjenjivanje informacija na Internetu; Upotreba Interneta - mogućnosti i realnost; Implikacije hiperteksta za pisanje; Arhitektura informacija na Internetu - navigacija, upotrebljivost; Pokretanje i dizajniranje web stranice; Implikacije trenutnog objavljivanja na kvalitetu novinarstva i prezentaciju tvrtke; Sloboda govora i cenzura na Internetu.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Martin Lister (ed.): New Media, Routledge, 2002, str. 380; Anna Everett, John T. Caldwell: New Media: Theories and Practices of Digitextuality, Routledge, London and New York, 2003, str. 264; Dragan Petrić, Internet uzduž i poprijeko, Bug-SysPrint, Zagreb, 2002.; Inoslav Bešker: Začarana šuma: Istraživanje u kompjuteriziranom novinarstvu, Medijska istraživanja 1998., br. 2.; Zvonko Capko: Internet u Hrvatskoj, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci, god. 17, svezak 2., Rijeka 1999.;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Lev Manovich: The Language of New Media, MIT Press, Cambridge, 2001.; Jakob Nielsen: The Alertbox: Current Issues in Web Usability, <a href="http://www.useit.com/alertbox/">http://www.useit.com/alertbox/</a>; Ivana Pleše, Reana Senjković (ur.): Etnografije Interneta, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb 2004.; Rob Shields (ur.): Kulture Interneta: Virtualni prostori, stvarne povijesti i živuća tijela, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2001; Paul Levinson: Digitalni McLuhan: vodič za novo doba, Izvori, Zagreb 2001.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b>	Proizvodni proces medija (PRAKTIKUM)	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Mediji</b>	ECTS bodovi: <b>3</b>	
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+4</b> ) — vježbe —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>	
Ciljevi kolegija	Razviti i usavršiti kod studenata profesionalne vještine te ih osposobiti za samostalno obavljanje cjelokupnog novinarskog proizvodnog procesa sadržaja medija. Studenti će biti podijeljeni na grupe (redakcije) prema mediju koji su izabrali (tisak-agencije, online medij, radio, televizija), unutar kojih će na web-stranicama studija, a prema dogovoru i u konkretnim medijima, razvijati svoje vještine.		
Sadržaj kolegija	Teme će pokriti cjelokupni proizvodni proces medija: redakcijski kolegij - pregled događaja, ponude i odabir tema, raspodjela zadataka; priprema za temu / događaj; prikupljanje podataka; izvori informacija; provjera podataka; pisanje teksta, snimanje priloga - odabir žanra; pisanje tekstova i snimanje priloga za različite rubrike i vrste programa; uređivanje rubrike i priloga - određivanje sadržaja rubrike/programa; uređivanje tekstova/ montiranje priloga; tiskanje rubrika/objavljivanje priloga - tiskarske tehnike; uređivanje cijelog lista/ emisije; tiskanje lista (dnevnog, tjednog)/ emitiranje emisije (informativne, obrazovne, snimljene i u živo;		
Studentske obaveze	Prisustvovanje, spremno i aktivno sudjelovanje u vježbama, ispunjavanje zadataka, učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ocjena rada tijekom semestra	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	100% ocjenjivanje rada na vježbama		
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>Literatura po izboru svakog predavača</b>  <b>Preporučena:</b> Preporučuje je svaki predavač.		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Sociološki aspekti masovnog komuniciranja		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan 2. godina studija, smjer Masovna komunikacija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s najvažnijim problematikama u odnosu društva i masovnih komunikacija, temeljnim konceptima sociologije komunikacija i sociološkim istraživanjima masovne komunikacije. Naučiti ih promatrati masovne komunikacije kao socijalnu djelatnost koja u svakoj svojoj fazi i funkciji odražava socijalnu stvarnost te djeluje na nju.		
Sadržaj kolegija	Teme: Predmet i metoda sociologije masovnih komunikacija. Etape empirijskog istraživanja i teorijske refleksije o društvenoj komunikaciji : Communication research, modeli društvenih komunikacija, tipologija i razvoj modela, odnos komunikatori-recipienti, novi mediji u masovnoj kulturi. Začetnici sociologije masovne komunikacije. Društvo i masovna kultura u američkoj sociologiji. Dijalektička sociologija Frankfurtske škole. Strukture i funkcije masovne kulture.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Pismeni test i usmeni ispit.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% prisustvovanje na predavanjima i rad na seminarima, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>McQUAIL, D., Mass Communication Theory: An Introduction, SAGE, London, str. 500 (tal. Sociologia dei media, Bologna 2000); Joel SMITH: Understanding the Media: A Sociology of Mass Communication, Hampton Press Inc., 1999., str. 370; JERGOVIĆ, B., Komunikacijska kultura hrvatskih novinara: medijska scena 1994., u: Društvena istraživanja, XII(2003.)6, str. 989-1002.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Richard HOGGART: Mass Media in a Mass Society: Myth and Reality, Continuum International Publishing Group, 2004; VIGANO, D. E., I sentieri della comunicazione, Roma 2003, str. 264.; WOLF, M., Teorie delle comunicazioni di massa, Milano 1991, str. 288; WOLF, M., Gli effetti sociali dei media, Milano 1993, str. 221; LUHMANN, N., Soziale Systeme, Frankfurt/Main 1996.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Pravne i etičke norme Odnosa s javnošću		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>upisana 2. godina studija, smjer Odnosi s javnošću</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Upoznati polaznike za zakonskom regulativom, ali i etičko-moralnim uzusima i pravilima struke. Objasniti i na praktičnim primjerima pokazati polaznicima dvojbe koje ih čekaju u budućem poslu u odnosima s javnošću te im ponuditi moguća rješenja koja su zakonski regulirana, odnosno moralno i etički najprihvatljivija u pojedinim situacijama.		
Sadržaj kolegija	Definicija etičkog kodeksa, kodeksi profesionalnih organizacija za odnose s javnošću primjeri PRSA-e, američke udruge za odnose s javnošću. Profesionalizam, i profesionalna tajna. Etički odnosi u korporacijama i individualnom pristupu. Etičke dvojbe u suvremenim medijima i njihov odnos prema pojedincu i praksi unutar odnosa s javnošću. Pravna utemeljenost određenih postupaka u okviru djelatnosti u odnosima s javnošću. Etički odnosi u okviru odnosa s javnošću i politike odnosno vlade, biznisa i individualnih odnosa. Proučavanje praktičnih primjera, poput afere Franco i antipobačajne kampanje Hill&Knowlton.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama i radu na seminarima, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> Chevalier, G. : Rječnik simbola, NZMH Zagreb 1994. (odabrani pojmovi); Oliver W Richard, What is Transparency, McGraww-Hill ( 79 str.); Levine M.: Umreženi gerilski PR, Profil, Zagreb 2002. (264 str.); Zakon o javnom informiranju, Ustav republike Hrvatske, Opća deklaracija o ljudskim pravima Generalne skupštine UN (45 str.), Gunter W., Na samom dnu, Otokar Keršovani, Rijeka 1987 (260 str.); Gunter W., Operacija Bild, Otokar Keršovani, Rijeka 1984 (str. 250); Verčić D. i dr.: Odnosi s medijima, Masmedia, Zagreb 2004 (str. 173-192).</p> <p><b>Preporučena:</b> Lipmann, W.: Javno mnijenje, Naprijed, Zagreb 1995 (326 str.); Čaldarović, O.: Socijalna teorija i hazardni život, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb 1995. (270 str.); Eco U.: Kultura informacija komunikacija, Nolit, Beograd 1973. (444 str.); Supek, R., Istraživanje javnog mnijenja, SNL 1987. (600 str.); Kennedy, P.: Preparing for the twenty-first century, HarperCollins London 1994. (387 str.); Reina&amp;Reina: Trust&amp;Betrayal in the Workplace: BerrettBKKoehler, San Francisco 1999 ( 175 str.); Schudson M., The Power of News, Harvard press 1999. (256 str.)</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Psihologija masmedija</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija, smjer Masovna komunikacija i Odnosi s javnošću</b>		ECTS bodovi: <b>3</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>2+0</b> )		Broj sati aktivne nastave:
	predavanja	—	<b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osnovama znanosti o društvenoj komunikaciji, s naglaskom na socio-psihološkom pristupu u proučavanju masovnog komuniciranja kao njezinog najvažnijeg oblika.		
Sadržaj kolegija	Teme su: Pojmovno određenje i povijesni razvoj masovnih medija. Vrste masovnih medija i njihov međusobni odnos. Modeli masovne komunikacije. Glavne funkcije masovnih medija. Razlozi korištenja masovnih medija. Utjecaj masovnih medija na pojedinca. Razvoj i osobine publike masovnih medija. Masmedijski feedback. Medijska istraživanja.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	33,3% prisustvovanje predavanjima, 66,7% ispit		
Literatura	<b>Obavezna:</b> Dominick, J.R. (1990), <i>The Dynamics of Mass Communication</i> , New York: McGraw-Hill (str. 5-72, 388-445, 449-498, 505-555); Berger, A.A. (1995), <i>Essentials of Mass Communication Theory</i> , Thousand Oaks: SAGE Publication (str. 1-25)  <b>Preporučena:</b>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b> Poslovno novinarstvo		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana kolegij Profesija novinar, smjer Mediji</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	–	izborna radna grupa	vježbe
Ciljevi kolegija	Osposobiti polaznike za razumljivo, analitičko i objektivno izvještavanje i pisanje o gospodarskim temama te ih osposobiti za rad u gospodarskim redakcijama i listovima.		
Sadržaj kolegija	Praktično (analiza medija, pisanje informativnih i analitičkih tekstova) će biti obrađeni najvažniji gospodarski pojmovi i najčešće teme poslovnog novinarstva. To su: fiskalna i monetarna politika, privatizacija, mirovinske reforme, strane investicije, tržišta rada, poslovanja kompanija (rezultati), tržišta kapitala (burze, indeksi), statistika (BDP, nezaposlenost), globalizacija, osnovna ekonomska i financijska kretanja u Hrvatskoj i svijetu.		
Studentske obaveze	Sudjelovanje u raspravama, ispunjavanje zadataka, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i ispunjavanje zadataka, 60% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Terri Thompson: Writting about Business, 2. ed., Columbia University Press, 2000., str. 480;</b>  <b>Jay Tapaia: Understanding Financial Statments: A Journalist's Guide, Marion Street Press, 2004., str. 125.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Charles Livingstone, PauL S. Voakes: Working With Numbers And Statistics: A Handbook For Journalists, Lawrence Erbabaum Assosiation, 2005.; .</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Političko novinarstvo	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Profesija novinar, smjer Mediji</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente sa svim oblicima izvještavanja o političkim događajima i procesima, izborima, političkim strankama i političarima te ih osposobiti za rad u unutarnjo-političkih rubrikama dnevnih novina i tjednika.	
Sadržaj kolegija	Osnovne tematske cjeline su: 1. prikupljanje i selekcija političkih informacija; 2. izvori političkih informacija, službeni i neslužbeni; 3. političke vijesti - vrste; pisanje vijesti, analiza radova; 4. analiza hrvatskog dnevnog tiska, unutarnjo-političke rubrike; 5. izvještaji - vrste; pisanje izvještaja, analiza radova; 6. izvještavanje u predizbornim kampanjama (kriteriji, uravnoteženost, objektivnost); 7. analiza informacija, događaja, procesa;	
Studentske obaveze	Prisustvovanje seminarima, aktivno sudjelovanje u raspravama, izrada praktičnih zadataka, čitanje i učenje literature	
Način polaganja ispita	Ocjena ukupnog rada tijekom semestra	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	70% rad na seminarima i ispunjavanje zadataka, 30% čitanje i učenje literature	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Fred Inglis: People's Witness: The Journalist in Modern Politics, Yale University Press, 2002., str. 310; Grbelja, J., Sapunar, M.: Novinarstvo - teorija i praksa, MGC, Zagreb 1993 (odabrani pojmovi); Malović, S.: Novine, Sveučilišna knjižara, Zagreb 2003 (str. 63-79, 91-125); Mediji i izbori, zbirka dokumenata i primjera, Press Data, Zagreb 2003. (odabrana poglavlja, do 150 str.)</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Kasapović M.: Izborni leksikon, Politička kultura, Zagreb 2003.; Nohlen, D.: Politološki rječnik - država i politika, Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split, 2001.;</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Online novinarstvo</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana kolegij Profesija novinar, smjer Mediji</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	—	izborna radna grupa	vježbe
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima online novinarstva, njegovim razlikama s drugim vrstama novinarstva i medija te ih osposobiti i pripremiti za surađivanje s web portalima i web izdanjima.		
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: razlike između online, tiskovnog, i drugih vrsta novinarstva; etički aspekti korištenja hipertekstualnih poveznica („linkova“) i općenito tuđih online sadržaja (agencijske informacije i fotografije, itd); autorska prava; upoznavanje s programima i drugim tehničkim elementima potrebnim za stvaranje i objavljivanje online tekstova; formati medija koji se koriste na Internetu (tekst, fotografija, infografika, videozapis, audiozapis, karte, animacije); vještini pravilnog odabira tih medijskih formata pri pripremi online priče; interaktivne tehnike i metode (forumi, newsgrupe, chat itd.); tehnike provjere informacija objavljenih na Internetu; vrste poslova u online medijima i timskom radu na izradi online priče.		
Studentske obaveze	Sudjelovanje u raspravama i praktičnom radu na seminarima, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ocjena ukupnog rada	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	25% prisustvovanje vježbama, 75% praktični rad		
Literatura	<b>Obavezna:</b> Mike Ward: <i>Journalism Online</i> , Focal Press, 2002.; Stovall, James Glen: <i>Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium</i> , Pearson/Allyn & Bacon, 2004;  <b>Preporučena:</b> Kawamoto, Kevin: <i>Digital Journalism: Emerging Media &amp; the Changing Horizons of Journalism</i> , Rowman & Littlefield, 2003;		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka: <b>Kolegij:</b>	Metode javne promocije znanosti		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 1. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      seminari                      vježbe		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija praktično osposobiti polaznike za osmišljavanje i izvođenje aktivnosti javne promocije akademsko-istraživačkih ustanova, znanstvenih istraživanja i njihovih rezultata te znanosti kao visokovrijednog suvremenog intelektualnog zanata uopće.		
Sadržaj kolegija	Kratka povijest razvoja promotorstva znanosti i njegova uloga u suvremenom, na znanju utemeljenom, društvu (eng: 'knowledge based society'); Metode izravnog javnog promotorstva znanosti (predavanja, prezentacije, 'prčkaonice', radionice, 'znanstveni kafići', interaktivni izložci); Metode medijskog promotorstva znanosti (tiskovne obavijesti, novinski članci, radijskih i TV/video prilogi, multimedijски materijali pogodni za objavljivanje na internetu); Ustroj i vođenje službe za odnose s medijima i javnošću ('PR' službe) pri akademsko-istraživačkim ustanovama (ustroj službe, organizacija tiskovnih konferencija, pomoć u ostvarivanju kvalitetne neposredne komunikacije između znanstvenih djelatnika ustanove i novinara, organizacija medijskog praćenja promotivnih zbivanja, osmišljavanje i izrada proračuna javnih promotivnih kampanja, metode ocjenjivanja učinkovitosti PR službe);		
Studentske obaveze	Prisustvovanje seminarima, obilascima ustanova i spremno sudjelovanje u raspravama. Voditi osobni portfolio, ispunjavati zadane zadatke.		
Način polaganja ispita	Izrada završnog projekta.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	60% ocjena osobnog portfolija sa zadacima izrađenim tijekom školske godine, 40% ocjena završnog ispitnog projekta		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Jane Gregory, Steve Miller: Science in Public: Communication, Culture and Credibility, Persues Publishing, 2000. (304 str.); Wilson, Anthony; Gregory, Jane; Miller, Steve; Earl, Shirley: Handbook of science communication, Institute of Physics Publishing (1998) (159 str.); Harry Chambers: Effective Communication Skills for Scientific and Tehnical Professionals, Persues Publishing, 2000. (250 str.); Jergović, Blanka; Juračić Mladen: Znanost u javnost. Uvod u komuniciranje znanosti, inženjerstva i tehnologije, Izvori, Zagreb, 2004. (32 str.)</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  UNESCO: 700 Science Experiments for Everyone. Doubleday Books for Young Readers (1964) (30 str.); Alley, Michael: The Craft of Scientific Presentations: Critical Steps to Succeed and Critical Errors to Avoid. Springer-Verlag (2002) (30 str.); Caulton, Tim: Hands-On Exhibitions: Managing Interactive Museums and Science Centres (The Heritage, Care-Preservation-Management). Routledge (1998) (70 str.); .</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
oznaka: <b>Kolegij:</b>	<b>Multimedijski marketing</b>	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Izravni marketing</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima i postulatima online-marketinga, kao i multimedijskim tehnikama na kojima se zasniva te ih osposobiti za rad u multimedijskim marketinškim tvrtkama.	
Sadržaj kolegija	Teme su: 1. Karakteristike hipermedijalnosti i multimedija; 2. Internet kao sustav komunikacije u kupoprodajnim aktivnostima; 3. Medijska kongruentnost; 4. Pojam i definicija multimedijskog marketinga; 5. AIDA i marketing-mix u multimedijskom marketingu; 6. Subliminalna persuaziju u multimedijskom marketingu; 7. Utjecaj boja na persuzaiju online-potrošača; 8. Kreiranje „bannera“ kao nositelja online oglasa; 9. Istraživanja o uspješnosti pojedinih načina online-oglašavanja; 10. Komuniciranje slikama – vizualna komunikaija u oglašavanju; 11. "Spinning" i „Spiralni marketing“ u sklopu multimedijskog marketinga; 12. Budućnost multimedijskog marketinga.	
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama i radu na vježbama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama i rad na vježbama, 40% ispit, 20% seminarSKI rad	
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>M. Franjić: Digitalna ekonomija, Digimark, Zagreb, 1999., str. 118;</b>  <b>Ž. Panian: Elektroničko trgovanje, Sinergija, Zagreb, 2000., str. 78;</b>  <b>S. Roberts: Internet Direct Mail: The Complete Guide to Successful E-Mail Marketing Campaigns, Hunnigton – Wesley, New York, 2001., str. 151; skripta naknadno će biti podjeljena.</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  P. Kotler: Marketing Management, C.E. Poeschel, Stuttgart, 1974.; C. Knight: Marketing Survival Guide: Proven Strategies and Secrets for Outmaneuvering the Competition, Hudson &amp; Stanley, New York, 2001.; Afuah, A., "Internet Business Models and Strategies: Text and Cases", Stanton Bridge Forum, Boston, 2000.; Alvear, J., "Web Developer.Com Guide to Streaming Multimedia", John Wiley &amp; Sons, New York, 1998.;</p>	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
Kolegij: oznaka:		Priprema događaja i sponzorstvo	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Izravni marketing, smjer Odnosi s javnošću</b>		ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      —		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Ciljevi su: razumijevanje trendova u razvoju suvremenog društva, motiva i psihologije potrošača; usvajanje osnova marketinško komunikacijskih instrumenata i njihovo mjesto u integriranim marketinškim komunikacijama; usvajanje znanja i vještina upravljanja event-projektom te odnosa sa sponzorima.		
Sadržaj kolegija	Osnove teme su: temeljni pojmovi, definicija; vrste i oblici događaja i sponzorstava; Event marketing: analiza tržišta, utvrđivanje ciljnih skupina, postavljanje i ciljevi strategije; upravljanje projektom: sadržaji i ciljevi upravljanja projektom, definiranje projekta, planiranje; sadržaji, metode i faze upravljanja projektom; Event koncept 1: briefing, razvoj ideje i kreativne tehnike; istraživanje, koncept (sudionici, lokacija, show, moderatori, mediji, dizajn, troškovi i termini, prezentacija); Event koncept 2: dramaturški aspekti, radnja i režija, scenografija; Organizacija događaja: lokacija i infrastruktura, planiranje osoblja, timing, tehnike eventa, logistika; Odnosi s medijima: mailings, press-obavijest, press-konferencija, ophođenje s novinarima; Financije: kalkulacija i vrste troškova, elementi i sistemi obračuna, kontrola budžeta; Vrste i trendovi sponzoriranja; Strategije i organizacija; Izrada koncepta sponzoriranja – planiranje, realizacija, učinci.		
Studentske obaveze	Spremno sudjelovanje u raspravama i radu u grupi, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Usmeni ispit.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama i rad na vježbama, 40% ispit, 20% seminarski rad.		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> Anton SHONE, Bryn PERRY: <b>Successful Event Management</b>, Thomson learnin, 2004, str. 125; Michael SOLOMON, Gary BARMOSSY i dr.: <b>Consumer Behaviour: A European Perspective</b>, Financial Times/Prentice Hall; 2. ed., 2001.; Tanja KESIĆ, <b>Ponašanje potrošača</b>, ADECO, Zagreb 1999., 78 str.; ISTA, <b>Komuniciranje u marketingu</b>, Mate, Zagreb 1997., 21 str.; Judy ALLEN, <b>Event Planning: the ultimate Guide to successful Meetings, Corporate Events, Fundraising, Galas, Conferences, Conventions</b>, John Wiley and Sons, 1999.;</p> <p><b>Preporučena:</b> Lynn Van der WAGEN / Brenda R. CARLOS, <b>Event Management for Turism, Cultural, Bussines and Sporting Event</b>, Pearson Canada, 2004, 312 str.; Horst AVERNARIUS, <b>Public Relations</b>, Primus verlag 2000; James GRUNIG / Todd HUNT, <b>Managing Public Relations</b>, New York 1984; H. Dieter DAHLHOFF, <b>Sponsoring, Chancen fuer die Kommunikationsarbeit</b>, BDW Deutsche Kommunikationsverband, Bonn 1986.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
<b>Kolegij:</b> oznaka:	<b>Komunikacijske i prezentacijske tehnike</b>	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Izravni marketing</b>	ECTS bodovi: <b>4</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s temeljnim komunikacijskim i prezentacijskim vještinama, usavršavanje njihovih metoda interpersonalne komunikacije, a time, posredno, i njihove buduće poslovne efikasnosti.	
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: specifičnosti i funkcioniranje medija putem kojih se komunicira; neverbalni i verbalni elementi u komunikaciji (načela kongruentnosti; Kulešovljev efekt, Efekt Alfreda Hitchcocka, Fenomen Solomona Asha); vizualni mediji (prednosti i naglasci u pristupu, odnosi izrečenog i pokazanog); prezentacijske metode i tehnike; važnost prezentacije sadržaja; konkretni načini prezentacije («Okidači» i «Dinamika prezentacije», načini «Hubert» i «Neupert»; metoda BEST); prezentacijsko-pregovaračke vještine; postavljanje jasnih ciljeva pregovaranja ("Berulijev pakt"); partner u pregovaranju, njegove prednosti slabosti («Praxtonova iznimka», Bleferi i blefovi); tijek i pravila dobrog pregovaranja (Odstupnica za nagradu; Svjesne žrtve; Efekt «Herberta Aristona»); Završetak pregovora (Sumiranje efekata, «Win to Win» metoda).	
Studentske obaveze	Sudjelovanje u raspravama i praktičnom radu, čitanje i učenje literature.	
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	<i>ispit je prenosiv na višu godinu studija?</i> <b>ne</b>
Ocjenjivanje studenata	50% sudjelovanje u raspravama i radu na vježbama, 50% ispit	
Literatura	<b>Obavezna:</b> <b>J. Adair: The Concise Adair on Communication and Presentation Skills, Penguin, 2001; M. Reynolds: Management Learning : Integrating Perspectives in Theory and Practice, 2002., T. Harris: Public Relations: The Secret Weapon of Integrated Marketing, 1999.</b>  <b>Preporučena:</b> Shultz, J., "The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications", 2002.; Srića, V., "Postati uspješan manager u 100 lekcija", Premisa, 2003.	

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	Kolegij: <b>Strateško razmišljanje</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Zakoni medijskog tržišta</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      —		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Dati studentima uvid u ključna strateška pitanja koja u sveukupnosti iscrpljuju gotovo cijelo područje strateškog upravljanja te ih osposobiti za rješavanje strateških problema s kojima će se suočavati u svom radu na medijskom tržištu i u odnosima s javnošću.		
Sadržaj kolegija	Strateška pitanja koja će se posebno obraditi bit će strateško promišljanje, formiranje strategije, strateške promjene, poslovna strategija, korporativna strategija, strategija poslovnih mreža, industrijski kontekst, organizacijski kontekst, internacionalni kontekst, svrha organizacije. Praktične vježbe ohrabriti će studente da upotrijebe kreativnost pronalazeći najbolje od mogućih strateških tenzija istovremeno.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i spremno sudjelovanje u raspravama. Čitanje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je pismeni i usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama i čitanje literature, 60% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>A Bob de Wit &amp; Ron Meyer Strategy Synthesis (str. 489) A Gary Hamel C K Prahalad Competing for Future (str. 73-176); B Kjell A. Nordstrom, Jinas Ridderstrale: Funky Business, Differo, Zagreb, 2002. (str. 157-259)</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Dennis L. Wilcox: Public Relation: Strategies and Tactics, Allyn&amp;Bacon, 2004; Henry Mintzberg, Mintzberg on Management: Inside our strange world of rganization, Free Press; Sun Zi: Umijeće ratovanja, Globus, Zagreb 1993; Kenichi Ohmae, The Mind of Strategist: The Art of Japanese Business, McGraw-Hill, 1999.</p>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Metode prikupljanja i analize poslovnih informacija</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Zakoni medijskog tržišta</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      vježbe		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
Ciljevi kolegija	Upoznaje studente sa različitim metodama prikupljanja i analize poslovnih informacija što je sastavni dio procesa koji se u poslovnom svijetu naziva competitive intelligence te ih podučava tim vještinama. Competitive intelligence je neprestani ciklus prikupljanja i analize informacija iz vanjskog okruženja čiji su glavni ciljevi prepoznavanje prijetnji i mogućnosti za kompaniju te podrška strateških odluka.		
Sadržaj kolegija	Osnovne teme su: definiranje potreba menadžmenta, prikupljanje informacija, obrada grubih podataka i informacija, analiza, isporuka analiza, donošenje odluke, povratna informacija. Područje je obrađeno sa tri aspekta: uloga prikupljanja i analize vanjskih informacija u poslovnim procesima, organiziranje i upravljanje procesom prikupljanja i analize informacija, te konkretne metode koje se u svakom koraku procesa mogu koristiti u praksi. Studenti će izrađivati radove kojima će stjecati vještine za definiranje stvarne informacijske potrebe tvrtke, primarnih i sekundarnih izvora iz kojih će se te informacije pribavljati, upotrebu različitih alata za analizu informacija iz vanjskog okruženja, izradu intelligence izvještaja i njegova isporučivanja u potrebnom obliku.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje i sudjelovanje u raspravama, rad na vježbama, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% sudjelovanje u raspravama, 20% rad na seminarima, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> Kirk W., Tyson M.: <b>The Complete Guide to Competitive Intelligence (2nd Edition)</b>, Leading Edge Pub; 2002 (400 str.): skripta i odabrani stručni tekstovi u obujmu do 250 stranica biti će podijeljeni studentima;</p> <p><b>Preporučena:</b> The Manager's Guide to Competitive Intelligence. John J. McGonagle, Carolyn M. Vella; Praeger Publishers; 2003.; Strategic and Competitive Analysis. Craig Fleisher, Babette Bensoussan. Prentice Hall, 2003.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij:</b>	Upravljanje rizikom i krizno komuniciranje	
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan kolegij Zakoni medijskog tržišta</b>	ECTS bodovi: <b>5</b>	
Status kolegija: <b>obavezni-izborni</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>0+2</b> ) —                      izborna radna grupa                      —	Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>	
Ciljevi kolegija	Upoznavanje studenata s kriznim situacijama i rizicima s kojima se susreću u svom poslovanju organizacije i načinima njihovog razrješenja. Usvajanje vještina za uspješno komuniciranje s medijima i ostalim javnostima u kriznim situacijama.		
Sadržaj kolegija	Teme su: definicije rizika i krize; utjecaj krize na poslovanje; faktori koji utječu na krizu; uzroci i vrste kriza - ugrožavanje ljudi, dobara i ugleda; zaštite od kriza i rizika - organiziranje zaštite od: požara, eksplozije, trovanja, terorizma, okoline, krađe informacija i svega onoga što može ugroziti radnike i korisnike proizvoda te materijalna dobra i ugled organizacije; registar rizika - pojam, prognoziranje i prepoznavanje rizika; krizno komuniciranje - osobitosti, alati, vještine; komunikacijski plan za krizne komunikacije - unutarnja i vanjska javnost, mediji; komunikacijski plan nakon krize..		
Studentske obaveze	Sudjelovanje u raspravama, pisanje seminarskog rada, čitanje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>ne</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 60% ispit		
Literatura	<b>Obavezna:</b> Novak, Božidar, <i>Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima</i> , Binoza press, Zagreb, 2001. - 221 str.; M. Regester, J. Larkin: <i>Risk issues and crisis management</i> , Kogan Page Ltd., London, 2003., str. 194; Timothy W. Coombs: <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding</i> , SAGE Publications, 1999., str. 192;  <b>Preporučena:</b> Luke Feck: <i>Real People, Real Crises: An Inside Look at Corporate Crisis Communication</i> , OakHill Press, 2002;		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	Kolegij: Religiozno novinarstvo		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan diplomski studij</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija poučiti zainteresirane studente u specifičnostima prikazivanja vjerskih sadržaja u medijima kao i uputiti ih u sustav informiranja vjerskih zajednica u svijetu i u Republici Hrvatskoj.		
Sadržaj kolegija	Samoshvaćanje vjerskih zajednica i njihov odnos prema javnosti. Načela vjerskog novinarstva. Dokumenti katoličke Crkve. Specifični žanrovi vjerskog novinarstva. Vjerske novinske agencije, vjerski tisak, radijske i televizijske postaje, internetski portali vjerskoga sadržaja. Vjerski sadržaji u javnim medijima. Vjerski sadržaji u komercijalnim medijima. Mogućnosti i dometi persuazivne komunikacije vjerskoga sadržaja.		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama na seminaru, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Pismeni test i usmeni ispit	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% sudjelovanje u raspravama, 20% seminarski rad, 60% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b> Juraj Mirko MATAUŠIĆ, Vjersko izdavaštvo. u: Almanah hrvatskog tiskarstva, nakladništva, novinstva, bibliotekarstva i knjižarstva, Zagreb 1997., str. 129; Religija u trenutku hrvatske komunikacije (2), u: Trenutak hrvatske komunikacije, Zagreb, studeni 1995, str. 119 - 129. ISTI: Sredstva društvene komunikacije i pastoralno djelovanje Crkve (Skripta), Zagreb 2003. 90 str. ISTI (ur.), Agencijsko novinarstvo i kršćanska poruka, Zagreb 2004., 130 str.; skripta će naknadno biti podijeljena studentima</p> <p><b>Preporučena:</b> Juraj Mirko MATAUŠIĆ; Kateheza u sredstvima društvenog priopćivanja. u: Kateheza. Časopis za vjeronauk u školi i katehezu. 20 (1998), br. 3., str. 264. - 270., ISTI: Uvjeti nastanka i počeci katoličkoga tiska. u: Diakovensia. Đakovo, god. VI (1998), br. 1 (6), str. 7. - 18.</p>		

HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Vanjsko-političko novinarstvo</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisan studij</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	seminari	—
Ciljevi kolegija	Uvesti polaznike u vanjsko-političko novinarstvo, upoznati ih s osobitostima praćenja međunarodnih političkih događaja i procesa i rad dopisnika iz inozemstva. Praktičnim radom osposobiti studente za rad u vanjsko-političkim rubrikama i redakcijama medija.		
Sadržaj kolegija	<p>Osnovne teme su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. vanjsko-političko novinarstvo - definicija, osobitosti, značenje, žanrovi;</li> <li>2. teme vanjsko-političkog novinarstva - međunarodni odnosi, bilateralni odnosi, globalni događaji, diplomacija;</li> <li>3. pripreme za praćenje vanjsko-političkih događaja - službeni i neslužbeni izvori (organizacije, ministarstva, diplomati, politolozi), proučavanje stručne literature, novinarska dokumentacija, arhive i Internet, priprema putovanja, akreditiranje;</li> <li>4. izvještavanje s događaja - press-centar, press-konferencije, rad u kuloaru, izvještavanje s "vrućih" događaja (politički i oružani sukobi, izbori);</li> <li>5. vanjsko-politički novinar u agenciju, tisku, radiju i televiziji - razlike u načinima rada i izvještavanja;</li> <li>5. dopisnik iz inozemstva - osobitosti, funkcije, stvaralaštvo;</li> <li>6. analitika u vanjsko-političkom novinarstvu - prognoziranje, komentiranje, analitičko izvještavanje.</li> </ol>		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima, spremno sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, pisanje seminarskog rada, čitanje i učenje literature.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	40% sudjelovanje u raspravama i radu na seminaru, 40% ispit, 20% pisanje seminarskog rada		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Piers Robinson: The CNN Effect: The myth of news, foreign policy and intervention, Routledge, London 2002 (str. 170); M.R. Beschloss: Presidents, Television and Foreign Crisis, Northern Western University, Washington 1993 (str. 180); P.M. Taylor: Global Communication, International Affairs and the Media since 1945, Routledge, London 1997 (str. 130); Nohlen, Dieter: Politološki riječnik - država i politika, Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split, 2004 (str. 526 - odabrani pojmovi);</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Radovan Vukadinović: Osnove teorije međunarodnih odnosa i vanjske politike, Zagreb, Školska knjiga, 2005; Radovan Vukadinović: Politika i diplomacija, Politička kultura, Zagreb, 2004; Henry Kissinger: Diplomacija, Zagreb; Golden Marketing, 2000; John W. Young, John Kent: International relations since 1945, Oxford University Press Inc., New York 2004; S.L. Carruthers: The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century, Macmillan, London 2000; I. Volkmer: News in Global Sphere, University of Luton Press, Luton 1999;</p>		



HRVATSKI STUDIJI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU <b>Studij komunikologije</b>		DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ	
oznaka:	<b>Kolegij: Digitalne tehnologije u novinarstvu</b>		
Težina kolegija: <b>4. stupanj-vrsni</b>	Uvjeti za upis kolegija: <b>Upisana 2. godina studija</b>		ECTS bodovi: <b>5</b>
Status kolegija: <b>izborni u struci</b>	Oblik izvođenja nastave: (→ tjedno p+s/v: <b>1+1</b> )		Broj sati aktivne nastave: <b>30</b>
	predavanja	vježbe	—
Ciljevi kolegija	Upoznati studente s osobitostima i mogućnostima digitalnih tehnologija te ih osposobiti za njihovo efektivno korištenje.		
Sadržaj kolegija	<p>Osnovne teme su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitalne tehnologije - pojam, osobitosti, primjena u novinarstvu;</li> <li>2. Digitalno foto-novinarstvo - razlika između klasičnog i digitalnog foto-aparata, snimanje digitalnim aparatom, transfer i obrada fotografija; digitalna fotografija u tisku i na Internetu;</li> <li>3. DV kamkoder - upoznavanje s radom i mogućnostima, snimanje, reprodukcija, transfer;</li> <li>4. analogni i digitalni mediji;</li> <li>5. analogni i digitalni prijenos signala; kablovska televizija.</li> </ol>		
Studentske obaveze	Prisustvovanje predavanjima i vježbama, ispunjavanje zadataka, čitanje literature, pisanje seminarskog rada.		
Način polaganja ispita	Ispit je usmeni.	ispit je prenosiv na višu godinu studija? <b>da</b>	
Ocjenjivanje studenata	20% prisustvovanje predavanjima, 20% ispunjavanje zadataka, 20% seminarski rad, 40% ispit		
Literatura	<p><b>Obavezna:</b>  <b>Christiane Paul: Digital Art, Thames&amp;Hudson, 2004, str, 224; Noah Wardrip-Fruin (ed): The New Media Reader, The MIT Press, 2003., odabrana poglavlja - do 450 str.;</b></p> <p><b>Preporučena:</b>  Thomas A. Ohanyan: Digital Non Linear Editing, Focal Press, 1993.</p>		