

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
96905	Medijske industrije EU				Obvezni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	90	5
	30	30				
Nastavnik	doc.dr.sc. Joško Lozić					
Suradnik	izv. prof. dr. sc. Goran Vojković					
	dr. sc. Domagoj Frank					
Cilj predmeta	Cilj kolegija „Medijske industrije EU“ je upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima i tematikom iz područja medijske industrije EU , oblikovanje, reguliranje ,usmjeravanje i usklađivanje svih činitelja proizvodno uslužnog procesa medijske proizvodnje tehnoloških,regulatornih ,komercijalnih ,marketinških .					
Ishodi učenja	1. Prepoznati, opisati, identificirati, interpretirati medijske industrije EU					
	2. Razumijeti procesa kroz koje prolaze pojedine medijske grane proizvodnje na lokalnoj ,nacionalnoj ,EU, i globalnoj razini.					
	3. Objasniti različitosti poslovnog odlučivanja u medijskim sektorima medijske proizvodnje					
	4. Primijeniti metode i alate poslovnog odlučivanja za analizu, izračun, proizvodno tehnoloških, komercijalno marketinških i regulatornih aspekata medijske proizvodnje.					
	5. Sposobni analitički koristiti i procjenjivati teorijska i praktična promišljanja o medijskoj globalizaciji i europeizaciji					
	6. Sposobni razumjeti ustroj društvene, političke i ekonomske okoline u kojoj djeluju mediji					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice				Komentari	
Obveze studenata						
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
1.EU mediji u digitalno doba, globalizacija, lokalizacija, glokalizacija, medijska europeizacija. SEMINAR: Problem povijesti medijske industrije	2	2				
2.Medijski sustavi, globalni i nacionalni medijski sustavi ,razvoj teorijskog pristupa , autoritarna ,libertarijanska ,društveno-odgovorna ,sovjetsko-komunistička teorija , Medijski modeli(zapadni medijski modeli) SEMINAR: Pokretni arhiv slika i studije o medijskoj industriji	2	2				
3.Medijska politika,definicija .Načelo pluralizma i raznovrsnosti medija ,tipovi medijske politike,mediji spoj kulturne i političke integracije,načela medijske politike SEMINAR: Filmska i holivudska industrija	2	2				

4.Razumijevanje medija EU kroz podatke, metode i izvore za medijska istraživanja u EU.Europska medijska statistika, EU medijska terminologija. SEMINAR: Radijska difuzija slučaj ESPN	2	2
5.Mediji EU kroz ekonomiju, ponuda i potražnja, cijene i troškovi, tržišne definicije. SEMINAR: Od sponzora do spotova	2	2
6.Politika EU – regulacija i medijski zakoni, regulatori, europski regulatorni kontekst, regulacija, deregulacija, samoregulacija i koregulacija. SEMINAR: Novi mediji kao transformirana medijska industrija	2	2
7.Teorija medija u europskom kontekstu, razvoj medija, novi pojmovi, primjena teorije s metodama istraživanja. SEMINAR: Medijske industrije politička ekonomija i medijske kulturne studije	2	2
8.Tiskarska i izdavačka proizvodnja u EU. Povijest i prethodnici, suvremeno doba, današnje indikacije, komparativna istraživanja. SEMINAR: Od medijskog imperijalizma do medijskog kapitalizma	2	2
9.Distribucija tiska i izdavačkog materijala, politika EU, nacionalne politike, usporedba novih i klasičnih distribucijskih tehnika. SEMINAR: Razmišljati lokalno	2	2
10.Potrošnja tiskarskog i izdavačkog materijala, EU potrošnja i trendovi, marketing EU u medijskoj industriji. SEMINAR:Razmišljati nacionalno	2	2
11.Audiovizualni sadržaji u EU, produkcija i emitiranje, akvizicija, rast formata, trendovi, tekstualna konvergencija i interaktivnost. SEMINAR: Konvergencija kulture i medija	2	2
12.Distribucijska mreža audiovizualnih sadržaja u EU, klasične i nove distribucijske tehnike, europske i nacionalne politike, utjecaj na sektor javne radiodifuzije. SEMINAR:Medijska ekonomija	2	2
13.Poslovni modeli razvoja medijske industrije, spajanja, joint venture, outsourcing, troškovni i profitni modeli. SEMINAR:Kritički građanski pristup	2	2
14.Hrvatska medijska industrija, razvoj hrvatskog medijskog prostora 1990.-2012., koncentracija, diverzifikacija, fragmentacija. SEMINAR:Studije kulturne politike i kreativne industrije	2	2
15.Hrvatska medijska produkcija i distribucija, proizvodnja tiskovina i audiovizualna proizvodnja. SEMINAR: Vrste kulturne proizvodnje	2	2

Obvezna literatura	1. Franjo Maletić :PPT prezentacija predavanja 2. Richard Rooke: European Media in the Digital Age ,Pearson Ed.Limit. 2009.(prevod)
Dopunska literatura	1. The media In Europe ,ed.Mary Kelly ,Gianpietro Mazzoleni ,Denis McQuail; Saga Pub., London 2004. 2. Daniel C. Hallin i Paolo Mancini: „Comparing Media Systems Beyond the Western World”, CambridgeUniversity Press,2012 3. Frederick Siebert, Wilbur Schramm i Theodore Peterson: „Four Theories of the Press”, University of Illinois Press, 1963.

Način provjere ishoda učenja	Znanje se provjerava kroz praćenje aktivnosti na nastavi (permanentno ispitivanje), te kroz dva kolokvija. Svaki je kolokvij koncipiran u skladu sa zadanim ishodima učenja. Prvi se kolokvij održava u 7. tjednu nastave, drugi u 14. Tjednu. Svaki kolokvij pokriva ishode učenja, sadržajno obrađenim po ciklusima predavanja. Uvjet za pristupanje kolokviju je aktivna nazočnost na vježbama i predavanjima . Aktivnost studenata/ica na vježbama prati se i boduje. Ispit -usmeni .
Završni / Diplomski rad	Da