

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
------------	----------------	-----------------	----------

121048	Poslovanje i menadžment u medijima	Obvezni	2
--------	------------------------------------	---------	---

Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS
--------------	--	-----------------------	------

Stručni	<table> <tr> <td>P</td><td>S</td><td>V</td><td>E-učenje</td></tr> <tr> <td>30</td><td>30</td><td></td><td></td></tr> </table>	P	S	V	E-učenje	30	30			90	5
P	S	V	E-učenje								
30	30										

Nastavnik	doc.dr.sc. Franjo Maletić
-----------	---------------------------

Suradnik	
----------	--

Cilj predmeta	Poslovanje i menadžment medija“ je kolegij za stjecanje i širenje znanja o upravljanju i rukovođenju medijskim organizacijama u svim granama medijske industrije. Kreativne medijske industrije sve više doprinose razvoju ekonomije zasnovane na znanju ,i uz svoj doprinos u BDP imaju posebnu ulogu u razvoju nacionalne društvene zajednice. Razvoj informacijsko komunikacijskih tehnologija promijenio je i samo poimanje o medijima ,medijskom upravljanju i medijskoj produkciji. Kroz kolegij "Poslovanje i menadžment u medijima" studenti se informiraju o temeljnim konceptima, teorijama i funkcijama medijskog menadžmenta u poslovanja medijskih industrija. Studenti će se kroz izvođenje praktične i teorijske nastave upoznati sa svim specifičnostima menadžmenta u medijima , planiranja, poznavanje poslovnih procesa i različitosti medijske produkcije ,strategijama medijskih tvrtki i posebnostima menadžment te medijskim tržištem. Kolegij povećava razumijevanje i primjenu specifičnih menadžerskih tehnika i vještina u medijima.
---------------	---

Ishodi učenja	1. Razumijeti društveni, politički i ekonomskog konteksta u kojem se odvija menadžerski posao u medijima. 2. Razviti osnovne intelektualne i praktične vještine potrebne za istraživanje, analizu, korištenje informacijske tehnologije, organizaciju, planiranje i timski rad, pisanje/produciranje za različite medije, tržišta i korisnike. 3. Analitičko i kritičko razumijevanje poslovanja u medijima s ciljem razumijevanja šire društvene, kulturne i političke uloge i važnosti medija, uz ekonomski kontekst – na taj način mladi ljudi postaju svjesniji, odgovorniji i prilagodljiviji u situacijama upravljanja tehnološkim i društvenim promjenama na domaćem i međunarodnom planu. 4. Razviti sposobnost prilagođavanja novim tehnologijama i traženja i asimiliranja informacija iz raznih izvora. 5. Razumijevanje i sposobnost primjene zakona i etičkih koncepata u pogledu medija te nalaženje odgovornih rješenja za etičke probleme koji se pojavljuju u medijima. 6. Razumijevanje načela marketinga i oglašavanja.
---------------	---

Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.
--	-------

Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci
--------------------------	--

Komentari

Obveze studenata	Redovito pohađanje predavanja i seminara. Aktivno sudjelovanje u radu . Izrada seminarskih zadataka, javne prezentacije . Na usmenom ispitu provjerava se usvojenost teorijskih sadržaja na razini zadanih ishoda učenja.
------------------	---

Sadržaj predmeta

Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje

MEDIJI ,MEDIJSKO KOMUNIKOLOŠKE TEORIJE, ŠIRI DRUŠTVENI OKVIR a) socijalna dimenzija medija: zajednica i komunikacija b) mediji i osnovno obilježje medijskih procesa c) opažanja –psihološka dimenzija medija d) identitet i povjerenje e) medijske tehnologije i razvojni principi u medijskim industrijama

2

2

PARADIGME MEDIJSKOG MENADŽMENTA Pojam sadržaj i znanstveni okvir medijskog menadžmenta	2	2		
MEDIJSKA ORGANIZACIJA I a) Tipovi (modeli) medijskih organizacija b) Funkcije medijskih organizacija (komunikacijske ,socijalne, ekonomske) c) Organizacijska struktura medijskih organizacija	2	2		
MEDIJSKA ORGANIZACIJA II d)Izvori financiranja medijskih organizacija(ekonomija medijske industrije,ulagači , vlasnici ,menadžeri) e) Regulativni okvir osnivanja i poslovanja medijskih poduzeća	2	2		
MENADŽMENT U MEDIJSKIM ORGANIZACIJAMA a)Menadžment u medijskim organizacijama: definicije,specifičnosti b)Nivoi i vrste menadžmenta u medijskim organizacijama	2	2		
FUNKCIJE U MEDIJSKOJ ORGANIZACIJI a)upravljanje , b) proizvodnja, c) marketing d) promocija, e) financije, i) razvoj, g) medijska istraživanja	2	2		
LJUDSKI RESURSI – osnovne metode, tehnike i alati za efikasno upravljanje ljudskim resursima u medijima	2	2		
PROCES MENADŽMENTA U MEDIJSKIM ORGANIZACIJAMA Metode ,tehnike, strategija menadžerskog odlučivanja u medijskoj organizaciji	2	2		
MENADŽMENT a) u informativnim agencijama i servisima b) u tiskanim medijima c)u elektroničkim medijima d)medijskim korporacijama	2	2		
MEDIJSKI PROIZVOD I osnovni alati proučavanja medijskog proizvoda	2	2		
MEDIJSKI PROIZVOD II osnovni alati proučavanja medijskog proizvoda	2	2		
MEDIJSKI PROIZVOD III osnovni alati proučavanja medijskog proizvoda	2	2		
NACIONALNO MEDIJSKO TRŽIŠTE I DISTRIBUCIJA MEDIJA	2	2		
MEDIJSKO VLASNIŠTVO I UTJECAJ NA UPRAVLJANJE MEDIJIMA	2	2		
MEDIJSKA REGULACIJA , MEDIJSKE INDUSTRIJE I MEDIJSKE TVRTKE	2	2		

Obvezna literatura	1. Glaser, M.: Medienmanagement. Vahlen ,Munichen ,2010.(pog.1-10) 2. Maletić, F.:Medijski menadžment (skripta predavanja 2011.)
Dopunska literatura	1. Nikodijević, D. :Menadžment masovnih medija ,Čigoja ,Beograd,2012. 2. Garth, J. A. : Medien management. Cornelsen ,Berlin, 2009.
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