

## Preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment

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	P      S      V      E-učenje 30     30	90	5		
Nastavnik	doc.dr.sc. Franjo Maletić				
Suradnik					
Cilj predmeta	<p>"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 promjenio 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 poslovanju 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 tržistem. Kolegij povećava razumijevanje i primjenu specifičnih menadžerskih tehnika i vještina u medijima.</p>				
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razumjeti društveni, politički i ekonomskog konteksta u kojem se odvija menadžerski posao u medijima.</li> <li>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.</li> <li>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 mlađi ljudi postaju svjesniji, odgovorniji i prilagodljiviji u situacijama upravljanja tehnološkim i društvenim promjenama na domaćem i međunarodnom planu.</li> <li>4. Razviti sposobnost prilagođavanja novim tehnologijama i traženja i asimiliranja informacija iz raznih izvora.</li> <li>5. Razumijevanje i sposobnost primjene zakona i etičkih koncepcija u pogledu medija te nalaženje odgovornih rješenja za etičke probleme koji se pojavljuju u medijima.</li> <li>6. Razumijevanje načela marketinga i oglašavanja.</li> </ol>				
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 poхађање predavanja i seminara. Aktivno sudjelovanje u radu. Izrada seminarskih zadataka, javne prezentacije. Na usmenom ispitу 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, ekonomiske) c) Organizacijska struktura medijskih organizacija	2	2
MEDIJSKA ORGANIZACIJA II d)Izvori finansiranja 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 električnim 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 ,Munich ,2010.(pog.1-10) 2. Maletić, F.:Medijski menadžment (skripta predavanja 2011. )	
Dopunska literatura	1. Nikodijević, D. :Menađment 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	