

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
191716	Uvod u medije				Obvezni	2
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	4
	30	15				
Nastavnik	dr.sc. Jelena Blaži predavač					
Suradnik	Nikola Jozić, pred.					
Cilj predmeta	Studentima će biti prezentirana osnovna znanja i vještine na području rada s i u medijima, kako bi razvili razumijevanje i znanja potrebna za kasnije korištenje medija u komunikaciji.					
Ishodi učenja	1. Na kraju kolegija studenti/ce će moći: identificirati autore i nazive teorija iz područja masovne i javne komunikacije. 2. ... interpretirati pravila i principe rada s/u medijima. 3. ... samostalno izraditi novinarski tekst. 4. ... samostalno izraditi foto-esej. 5. ... samostalno izraditi infografiku. 6. ... samostalno izraditi strip. 7. ... samostalno izraditi kratki video film.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine						
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari Studenti samostalno, uz nadzor predavača, u sklopu seminarskih aktivnosti izrađuju 5 medijskih formata (novinarski tekst, foto-esej, infografiku, strip i video). Zadaci se predaju u sustav za učenje na daljinu (Claroline).	
Obveze studenata	Kako bi mogli pristupiti polaganju kolegija, studenti moraju samostalno (bez kopiranja tuđih tekstova!) izraditi pet medijskih formata (novinarski tekst, foto-esej, infografiku, strip i video) u sklopu seminarskih aktivnosti.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Uvodno predavanje, prikaz gradiva i metodološka objašnjenja; povijesni razvoj masovnih medija i osnovne podjele	4	0	0	0		
Medijske organizacije	4	0	0	0		
Tiskani mediji	6	10	0	0		
Elektronički mediji	10	5	0	0		
Mediji i društvo	2	0	0	0		
Medijski sadržaj	2	0	0	0		
Zaključno predavanje	2	0	0	0		

Obvezna literatura	1. Čerepinko, Darijo (2012). Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin (Poglavlje 7: Masovna komunikacija) 2. Malović, S. et al. Masovno komuniciranje. Golden marketing - Tehnička knjiga; Sveučilište Sjever, 2014. Zagreb/Koprivnica; str. 137. - 224. (II. DIO: Medijska pismenost)
Dopunska literatura	1. McQuail Denis (2010). McQuail`s Mass Communication Theory. 6th Edition, SAGE Publication. 2. Negroponte, Nicholas (2002): Biti digitalan, SysPrint, Zagreb 3. Zgrabljic Rotar, Nada (2007): Radio: mit i informacija, dijalog i demokracija, Golden marketing, Zagreb 4. Zvonko Letica, (2003): 5. Ante Peterlić, (2001): 6. Alić, Sead (2010): McLuhan : Najava filozofije medija, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb 7. Fiske John, Hartley John, (1992). Čitanje televizije, Barbat i Prova, Zagreb 8. Inglis, Fred (1997): «Teorija medija», AGM i Barbat, Zagreb 9. Street, J. (2003), Masovni mediji, politika i demokracija, Fakultet političkih znanosti, Zagreb 10. Marshall McLuhan (2008): Razumijevanje medija, Golden marketing, Zagreb 11. Paul Levinson (2001): Digitalni McLuhan, Izvori, Zagreb
Način provjere ishoda učenja	Provjera učenja sastoji se od pismenog dijela (za ishode 1 i 2) i seminarskih zadataka (za ishode 3-7). Pismeni ispit (kolokvij) sastoji se od 5 pitanja kojima je cilj utvrditi razumijevanje osnovnih teorijskih postavki, pravila i principa u radu s medijima. Pismena provjera nosi 25% bodova u ukupnoj ocjeni. Seminarski zadaci sastoje se od pet različitih multimedijjskih formata. Svaki medijski format se ocjenjuje na osnovu točnosti, potpunosti, tehničkog i estetskog rješenja (svaki od navedenih nosi 25% ocjene). Seminarski zadaci boduju se u ukupnoj ocjeni sa 75% bodova.
Završni / Diplomski rad	Da