

| 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<br>30      15   | 75  | 4        |
| Nastavnik  | doc.dr.sc. Lidija Tepeš<br>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.<br>2. ... interpretirati pravila i principe rada s/u medijima.<br>3. ... samostalno izraditi novinarski tekst.<br>4. ... samostalno izraditi foto-esej.<br>5. ... samostalno izraditi infografiku.<br>6. ... samostalno izraditi strip.<br>7. ... samostalno izraditi kratki video film. |   |          |
| Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine |   |   |          |
| Vrste izvođenja predmeta   | Predavanja<br>Seminar i radionice<br>Samostalni zadaci  | Komentari<br><br>Studenti samostalno, uz nadzor predavača, u sklopu seminarских 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 seminarских aktivnosti.   |   |          |

## Sadržaj predmeta

| Nastavna cjelina   | Oblici nastave (sati) |          |        |          |
|--|-----------------------|----------|--------|----------|
|  | Predavanja            | Seminari | Vježbe | E-učenje |
| Uvodno predavanje, prikaz gradiva i metodološka objašnjenja; povjesni 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           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čerepinko, Dario (2012). Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmove i principa, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin (Poglavlje 7: Masovna komunikacija)</li> <li>2. Malović, S. et al. Masovno komuniciranje. Golden marketing - Tehnička knjiga; Sveučilište Sjever, 2014. Zagreb/Koprivnica; str. 137. - 224. (II. DIO: Medijska pismenost)</li> </ol>   |
| Dopunska literatura          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. McQuail Denis (2010). McQuail's Mass Communication Theory. 6th Edition, SAGE Publication.</li> <li>2. Negroponte, Nicholas (2002): Biti digitalan, SysPrint, Zagreb</li> <li>3. Zgrabljić Rotar, Nada (2007): Radio: mit i informacija, dijalog i demokracija, Golden marketing, Zagreb</li> <li>4. Zvonko Letica, (2003):</li> <li>5. Ante Peterlić, (2001):</li> <li>6. Alić, Sead (2010): McLuhan : Najava filozofije medija, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb</li> <li>7. Fiske John, Hartley John, (1992). Čitanje televizije, Barbat i Prova, Zagreb</li> <li>8. Inglis, Fred (1997): «Teorija medija», AGM i Barbat, Zagreb</li> <li>9. Street, J. (2003), Masovni mediji, politika i demokracija, Fakultet političkih znanosti, Zagreb</li> <li>10. Marshall McLuhan (2008): Razumijevanje medija, Golden marketing, Zagreb</li> <li>11. Paul Levinson (2001): Digitalni McLuhan, Izvori, Zagreb</li> </ol> |
| Način provjere ishoda učenja | Provjera učenja sastoji se od pismenog dijela (za ishode 1 i 2) i seminarskih zadatka (za ishode 3-7). Pismani ispit (kolokvij) sastoji se od 5 pitanja kojima je cilj utvrditi razumijevanje osnovnih teorijskih postavki, pravila i principa u radu s medijima. Pisrena provjera nosi 25% bodova u ukupnoj ocjeni. Seminarski zadaci sastoje se od pet različitih multimedijskih formata. Svaki medijski format se ocjenjuje na osnovu točnosti, kompletnosti, tehničkog i estetskog rješenja (svaki od navedenih nosi 25% ocjene). Seminarski zadaci boduju se u ukupnoj ocjeni sa 75% bodova.  |
| Završni / Diplomski rad      | Da   |