

Doktorski studij Mediji i komunikacija

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar	
	Upravljanje odnosa s javnošću	Izborni	2	
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS	
Stručni	P S V E-učenje 10 10		5	
Nastavnik	prof.dr.sc. Zoran Tomić doc.dr.sc. Đorđe Obradović			
Suradnik				
Cilj predmeta	Naučiti doktorande uočavanju i definiranju problema, ulozi istraživanja u strateškom planiranju i konцепцијama upravljanja odnosa s javnošću. Poseban naglasak stavlja se na analizu unutarnjeg vanjskog okruženja organizacije kako bi se učinkovito upravljalo ljudima, procesima i pojavnama s ciljem postizanja željenog odnosa ciljnih javnosti prema organizaciji.			
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> Analizirati stanje odnosa organizacije prema ciljnim javnostima, uočiti prednosti i nedostatke i osmislitи koncepciju budućeg djelovanja. Provoditi istraživanja i na osnovi njih strukturirati kadrovski, sadržajno i tematski upravljanje odnosa s javnošću organizacije. Programirati strateški komunikacijski plan i u njega uklapati taktičke komunikacijske planove organizacije. Upravljati kampanjama odnosa s javnošću. 			
Uvjjeti za upis predmeta (odslužan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine				
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice E-učenje Samostalni zadaci	Komentari		
Obveze studenata	<ul style="list-style-type: none"> Aktivno sudjelovati u nastavi i online aktivnostima. Izraditi i prezentirati projektni rad na zadatu temu iz područja kolegija u okviru znanstvenih radionica. U izradi projektnog rada studenti su dužni samostalno analizirati upravljanje odnosa s javnošću određene organizacije, njezin ostvareni publicitet i stavove ciljne javnosti te izraditi plan strateškog upravljanja odnosa s javnošću na zadatu temu (za određenu organizaciju). Postaviti svoj projektni rad na sustav za e-učenje. Proučavati znanstvenu i stručnu literaturu, analizirati i vrednovati stručne tekstove i projektne zadatke, sintetizirati saznanja te ih primijeniti prilikom izrade projektnog rada. Aktivno sudjelovati u raspravi prigodom izlaganja projektnih radova drugih studenata. Položiti pismeni ispit. 			
Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Uočavanje i definiranje problema u upravljanju odnosa s javnošću. Uloga istraživanja u strateškom planiranju. Analiza situacije (okruženja). Analiza izvora informacija, sadržaja i konteksta. Upravljanje procesom istraživanja u odnosa s javnošću. Oblikovanje istraživačkih instrumenata. Kvantitativni, kvalitativni i holistički elementi za istraživanje stavova ili imidža.	5	5		
Izrada kategorijalne sheme, određivanje jedinice Planiranje i programiranje upravljanja odnosa s javnošću. Strateška analiza, promišljanje i konceptacija upravljanja odnosa s javnošću. Provedba strateškog upravljanja odnosa s javnošću. Upravljanje hibridnim komunikacijskim procesima u odnosa s javnošću.	5	5		

Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomić, Zoran: Odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb - Sarajevo, 2016. 2. Tomić, Zoran: Politički odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2017. 3. Tomić, Zoran: Politički marketing, Synopsis, Mostar – Zagreb – Sarajevo, 2014. 4. Obradović, Đorđe i Bogdanović, Medo, Ivana: Holistički odnosi s medijima organizacija u kulturi, Medianali 7, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2010., str. 73. do 90.
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Green, Andy: Kreativnost u odnosima s javnošću, HUOJ, Zagreb, 2007. 2. Weintraub, A., Pinkleton, B.: Strategic Public Relations Management-Planning and Management Efective Communication Programs, LEA pub., Mahwah, 2001. 3. Wilcox, D., Cameron, G. T.: Public Relations, Strategies and Tactits, Pearson, Boston, 2009. 4. Obradović, Đorđe i Bogdanović, Medo, Ivana: Holistički odnosi s medijima organizacija u kulturi, Medianali 7, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2010., str. 73. do 90. 5. Obradović, Đorđe: Komparativna analiza utjecaja medijski posredovanih političkih kampanja na birače, Kultura komuniciranja, 3, FFMO, Mostar, 2014., str. 167. do 183
Način provjere ishoda učenja	Za svaku predviđenu aktivnost polaznicima kolegija se dodjeljuju bodovi: 1. Za pohađanje nastave do 10% bodova; 2. Za aktivnost u nastavi do 10% bodova; 3. Za istraživanje do 10% bodova; 4. Za izradu projektnog rada, izlaganje projekta i aktivno sudjelovanje u raspravi prilikom izlaganja vlastitog i projekata drugih polaznika do 40% bodova; 5. Za pismeni ispit do 10% bodova; 6. Za usmeni ispit do 20% bodova.
Završni / Diplomski rad	Da