

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar	
	Upravljanje odnosima s javnošću	Izborni	2	
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS	
Stručni	P 10 S 10 V E-učenje		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 koncepcijama upravljanja odnosima s javnošću. Poseban naglasak stavlja se na analizu unutarnjeg i vanjskog okruženja organizacije kako bi se učinkovito upravljalo ljudima, procesima i pojavama s ciljem postizanja željenog odnosa ciljnih javnosti prema organizaciji.			
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizirati stanje odnosa organizacije prema ciljnim javnostima, uočiti prednosti i nedostatke i osmisлити koncepciju budućeg djelovanja.</li> <li>2. Provoditi istraživanja i na osnovi njih strukturirati kadrovski, sadržajno i tematski upravljanje odnosima s javnošću organizacije.</li> <li>3. Programirati strateški komunikacijski plan i u njega uklapati taktičke komunikacijske planove organizacije.</li> <li>4. Upravljati kampanjama odnosa s javnošću.</li> </ol>			
Uvjeti za upis predmeta (odslušan 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"> <li>• Aktivno sudjelovati u nastavi i online aktivnostima.</li> <li>• Izraditi i prezentirati projektni rad na zadanu temu iz područja kolegija u okviru znanstvenih radionica. U izradi projektnog rada studenti su dužni samostalno analizirati upravljanje odnosima s javnošću određene organizacije, njezin ostvareni publicitet i stavove ciljne javnosti te izraditi plan strateškog upravljanja odnosima s javnošću na zadanu temu (za određenu organizaciju).</li> <li>• Postaviti svoj projektni rad na sustav za e-učenje.</li> <li>• Proučavati znanstvenu i stručnu literaturu, analizirati i vrednovati stručne tekstove i projektne zadatke, sintetizirati saznanja te ih primijeniti prilikom izrade projektnog rada.</li> <li>• Aktivno sudjelovati u raspravi prigodom izlaganja projektnih radova drugih studenata.</li> <li>• Položiti pismeni ispit.</li> </ul>			
Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Uočavanje i definiranje problema u upravljanju odnosima s javnošću. Uloga istraživanja u strateškom planiranju. Analiza situacije (okruženja). Analiza izvora informacija, sadržaja i konteksta. Upravljanje procesom istraživanja u odnosima 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 odnosima s javnošću. Strateška analiza, promišljanje i koncepcija upravljanja odnosima s javnošću. Provedba strateškog upravljanja odnosima s javnošću. Upravljanje hibridnim komunikacijskim procesima u odnosima s javnošću.	5	5		

Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tomić, Zoran: Odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb - Sarajevo, 2016.</li> <li>2. Tomić, Zoran: Politički odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2017.</li> <li>3. Tomić, Zoran: Politički marketing, Synopsis, Mostar – Zagreb – Sarajevo, 2014.</li> <li>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.</li> </ol>
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Green, Andy: Kreativnost u odnosima s javnošću, HUOJ, Zagreb, 2007.</li> <li>2. Weintraub, A., Pinkleton, B.: Strategic Public Relations Management-Planning and Management Efective Communication Programs, LEA pub., Mahwah, 2001.</li> <li>3. Wilcox, D., Cameron, G. T.: Public Relations, Strategies and Tactits, Pearson, Boston, 2009.</li> <li>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.</li> <li>5. Obradović, Đorđe: Komparativna analiza utjecaja medijski posredovanih političkih kampanja na birače, Kultura komuniciranja, 3, FFMO, Mostar, 2014., str. 167. do 183</li> </ol>
Način provjere ishoda učenja	<p>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.</p>
Završni / Diplomski rad	Da