

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
274478	Modeli i tehnike odnosa s javnostima				Obvezni	1
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		5
	30		30			
Nastavnik	prof.dr.sc. Zoran Tomić izv.prof.dr.sc. Gordana Lesinger					
Suradnik	dr. sc. Antonia Tomaš, pred.					
Cilj predmeta	• Razumijevanje osnovnih principa i teorija javnog komuniciranja. • Upoznavanje s različitim modelima i tehnikama javnog komuniciranja. • Razvijanje vještina planiranja, provedbe i evaluacije strategija javnog komuniciranja. • Osposobljavanje studenata za analizu javnih komunikacijskih kampanja i situacija te primjenu odgovarajućih alata i tehnika.					
Ishodi učenja	1. Razumjeti osnove teorije javnog komuniciranja. 2. Identificirati ključne modele i tehnike javnog komuniciranja. 3. Primijeniti teorije i modele na konkretne primjere iz prakse. 4. Razviti vještine planiranja, provedbe i evaluacije strategija javnog komuniciranja. 5. Kritički procijeniti javne komunikacijske kampanje i situacije.					
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	• Redovito pohađanje predavanja i sudjelovanje u diskusijama. • Aktivno sudjelovanje u grupnim zadacima i radionicama. • Samostalno čitanje i analiza dodijeljene literature. • Priprema seminarskih radova i prezentacija.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Uvod u javno komuniciranje: definicija, povijest i temeljni principi.		6		6		
Teorije javnog komuniciranja: simetrični vs. asimetrični modeli komunikacije, sustavi komunikacije, teorije utjecaja.		6		6		
Modeli javnog komuniciranja: Grunigov model simetrične komunikacije, situacijski pristup, RACE model.		6		6		
Tehnike javnog komuniciranja: medijski odnosi, interni odnosi, krizno komuniciranje, društveni mediji.		6		6		
Planiranje, provedba i evaluacija javnog komuniciranja: istraživanje javnosti, postavljanje ciljeva, strategije i taktike, mjerenje učinka.		6		6		

Obvezna literatura	1. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). Effective public relations. Pearson. 2. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing public relations. Holt, Rinehart & Winston. 3. Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. H. (2016). Think public relations. Pearson. 4. Tomić, Z. (2016). Odnosi s javnošću. Masmedia.
Dopunska literatura	1. Botan, C. H., & Hazleton, V. (2006). Public relations theory II. Routledge. 2. Heath, R. L., & Coombs, W. T. (Eds.). (2006). Today's public relations: An introduction. Sage. 3. Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations. Lawrence Erlbaum Associates
Način provjere ishoda učenja	• Sudjelovanje na predavanjima i aktivnostima • Seminarski radovi i prezentacije • Međuispit • Završni ispit
Završni / Diplomski rad	Da