

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
274606	Medijska analitika i alati umjetne inteligencije				Obvezni	2
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. Marin Milković prof.dr.sc. Iva Rosanda Žigo					
Suradnik	dr. sc. Jelena Blaži, pred.					
Cilj predmeta	Razumijevanje medijske analitike, uključujući prikupljanje podataka, analizu i interpretaciju. Upoznati studente s alatima umjetne inteligencije koji se koriste u planiranju, kreiranju sadržaja i ciljanju publike, doseg poruke, impresijama, analizi sentimenta. Ukazati na značaj uloge algoritama strojnog učenja u predviđanju ponašanja korisnika. Naučiti studente kako koristiti UI i analitiku za razvoj učinkovitih medijskih strategija. Ohrabriti razumijevanje etičkih principa i raspraviti o problematici privatnosti u kontekstu upotrebe UI-a u medijima. Pokazati kako se tradicionalne medijske taktike mogu unaprijediti integracijom digitalne analitike i tehnologije umjetne inteligencije. Istražiti nove trendove u području UI-a i analitike, kao primjerice korištenje augmentativne i virtualne stvarnosti u medijskim kampanjama. Jačati smisao za odgovornost u korištenju UI alata na etički i transparentan način.					
Ishodi učenja	1. Razumjeti teorijski kontekst upotrebe alata umjetne inteligencije za medijsku analitiku. 2. Prikupiti, analizirati i interpretirati podatke relevantne u javnom komuniciranju, korištenjem analitičkih alata. 3. Koristiti alate umjetne inteligencije u planiranju komunikacije s medijima, ali i za analize velike količine medijskih poruka i kreirati, na podacima utemeljene, medijske strategije s ciljem učinkovitoga ciljanja i dohvaćanja publike. 4. Kritički evaluirati etičke implikacije korištenja medijske analitike i alata umjetne inteligencije u javnoj komunikaciji. 5. Anticipirati buduće trendove u razvoju tehnologije i znati kako ih prilagoditi vlastitim strategijama.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	-					
Vrste izvođenja predmeta	Auditorne vježbe Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Studenti su dužni pohađati nastavno i aktivno participirati u nastavnom procesu. Samostalno provesti i predstaviti rad na projektu, te sudjelovati u radionicama vezanim uz sadržaj predmeta. Pristupiti usmenom ispitu.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Temeljna znanja iz načina funkcioniranja UI za potrebe javnog kominciranja (Velike baze podataka, Data science, Jezične tehnologije, Kognitivne tehnologije).		2				
Temeljni problemi medijske analitike i upotrebe UI u javnom komuniciranju. Najčešće korištene metode istraživanja u društvenim i komunikacijskim znanostima vezanim uz upotrebu UI: anketa, eksperiment, desk analize; UI i statistička obrada podataka.		4	4			

Problemi valjanosti i pouzdanosti. Problemi kod anotiranja i subjektivnost anotatora u pripremi podataka.	2	2		
Problemi različitih rezultata istraživanja kod upotrebe različitih UI i problemi dekonstrukcije algoritama prepoznavanja UI. Etički i pravni problemi	4	4		
Upotreba UI u javnom komuniciranju: korporativno komuniciranje; narativna teorija i njena primjena u misiji, viziji i poslovnim ciljevima.	4	4		
Prevenција kriznog komuniciranja i disruptivni poslovni modeli.	2	4		
Ugled i reputacija. Brand komuniciranje.	4	4		
Poznatosti i medijska analitika upotrebom UI.	2	2		
Povjerenje i medijska analitika upotrebom UI; Preporuka i medijska analitika upotrebom UI.	2	2		
UI i izborne kampanje.	4	4		

Obvezna literatura	1. Trend sin AI and Data Science for 2024, MIT Solan Review, 2024. 2. Business Intelligence and Analytics Trends in 2024, DATAVERSITY, 2024. 3. The Impact of Generative AI on Misinformation, HKS Misinformation Review. 4. Maletić, Franjo; Hadžić, Slobodan. Implikacije utvrđivanja javne vrijednosti u javnom medijskom servisu s osvrtom na Hrvatsu radioteleviziju. Medijska kultura. 16(2018), str. 27-56. 5. Mitchell, Melanie. Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans. 2019.			
Dopunska literatura	1. AI Use Cases in Marketing for 2024. Sprout Social, 2024. 2. Leading AI Tools for Data Analysis in 2024, Analytics Insights. 3. Provost, Foster; Fawcett, Tom. Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans. 2013.			
Način provjere ishoda učenja	Rad na projektu i predstavljanje provedenih aktivnosti. Sudjelovanje u aktivnostima na radionicama. Usmeni ispit.			
Završni / Diplomski rad	Da			