

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
	Komunikacija i glazba				Izborni	2
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P 20	S 20	V	E-učenje		6
Nastavnik	izv.prof.dr.sc. Nikša Sviličić					
Suradnik	dr.sc.Jelena Ivelić Telišman, pred.					
Cilj predmeta	Cilj kolegija je upoznati studente s temeljnim strukturama, procesima i akterima glazbene industrije te ih osposobiti za razumijevanje i primjenu menadžerskih i komunikacijskih strategija u području glazbe. Poseban naglasak stavlja se na digitalnu distribuciju, streaming, komunikaciju s publikom, odnose s medijima, autorska i izvođačka prava te pozicioniranje glazbenika i glazbenih projekata.					
Ishodi učenja	1. identificirati ključne elemente glazbene industrije i objasniti njihove međusobne odnose 2. razlikovati uloge aktera (menadžeri, agenti, PR stručnjaci, diskografi, producenti) 3. primijeniti osnovne menadžerske i komunikacijske strategije u vođenju glazbenih projekata 4. analizirati medijske i digitalne platforme za promociju glazbe 5. razumjeti osnove ugovora, autorskih prava i glazbenog izdavaštva 6. izraditi komunikacijski i promotivni plan za izvođača ili glazbeni projekt 7. prepoznati trendove u digitalnoj glazbenoj ekonomiji (streaming, društvene mreže, branding)					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema posebnih uvjeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	redovito pohađanje nastave sudjelovanje u raspravama i analizama izrada praktičnih zadataka i seminara izrada i prezentacija projektnog rada pismeni i/ili usmeni ispit					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Uvod u glazbenu industriju		2				
Povijest glazbene industrije i razvoj tržišta		2				
Struktura glazbene industrije i ključni akteri		2				
Uloga menadžera, agenata i organizatora		2	2			
Komunikacija u glazbenoj industriji		2	2			
Autorska i izvođačka prava		2	2			
Diskografija, izdavaštvo i glazbena produkcija		2				
Marketing i brendiranje izvođača		2	2			
Odnosi s medijima i glazbeni PR		2	2			
Društvene mreže i digitalne platforme u glazbi			2			
Koncertna industrija i live produkcija		2				
Upravljanje glazbenim događajima i turnejama			2			
Komunikacijske strategije u glazbenim projektima			2			
Predstavljanje i vrednovanje studentskih radova			4			

Obvezna literatura	1. Passman, D. S. (2019). All You Need to Know About the Music Business (10th ed.). Simon & Schuster.
Dopunska literatura	1. Krasilovsky, M. W., Shemel, S., & Gross, J. M. (2017). This Business of Music (10th ed.). Billboard Books. 2. Schuster, M. (2023). Copyright Law for Musicians. Oxford University Press. 3. Borg, B. (2020). Music Marketing for the DIY Musician (2nd ed.). Berklee Press. 4. Plato, V. (2019). Menadžment u kreativnim industrijama. Singidunum.
Način provjere ishoda učenja	
Završni / Diplomski rad	Da