

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
	Osobni odnosi s javnošću				Izborni	4
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		5
	15	20				
Nastavnik	doc.dr.sc. Ana Mulović Trgovac					
Suradnik	dr. sc. Petra Kuhar, pred.					
Cilj predmeta	Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje, planiranje i primjenu osobnih odnosa s javnošću te za izgradnju i upravljanje osobnim identitetom i imidžem. Posebna se pozornost posvećuje komunikacijskim vještinama, upravljanju dojmovima, upotrebi arhetipova u komunikaciji te primjeni osobnog PR-a na digitalnim i tradicionalnim medijskim platformama. Studenti analiziraju primjere iz prakse i razvijaju vlastiti osobni PR koncept.					
Ishodi učenja	1. razlikovati osobni PR od drugih grana odnosa s javnošću i objasniti ulogu medija u izgradnji i destrukciji imidža 2. procijeniti komunikacijske kompetencije te interpretirati kvocijente komunikacije i sociolingvističke matrice u oblikovanju imidža 3. osmisлити modele osobnih odnosa s javnošću za različite platforme (digitalne i tradicionalne) 4. primijeniti tehnike osobnog PR-a u praksi, uključujući kreiranje i distribuciju poruka 5. analizirati primjere celebrity PR-a i procijeniti njihov utjecaj na javnost 6. izraditi vlastiti koncept osobnog brenda i prezentirati ga kroz projektni rad					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema posebnih uvjeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminari i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	- redovito pohađanje i aktivnost - izrada seminara / projektnog rada - analiza slučajeva - kolokvij - prezentacija projektnog rada					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Uvod u osobne odnose s javnošću	1					
Definiranje i povijest osobnog PR-a	2					
Menadžment osobnog identiteta i imidža	2					
Uloga masovnih medija u stvaranju i razaranju imidža	2					
Kreiranje i slanje poruke; koeficijenti komunikacije	2					
Komunikacijske vještine i teorija upravljanja dojmom	2					
Od identiteta do imidža: procesi i tehnike	2					
Sociolingvističke matrice: arhetipovi i mitovi u PR-u	2					
Celebritizacija stvarnosti i celebrity industrija		2				
Analiza primjera iz prakse (digitalni, tiskani i elektronički mediji)		8				
Modeli osobnog PR-a na različitim platformama		4				

Upravljanje reputacijom u kriznim situacijama	4		
Razvoj osobnog brenda – radionica	8		
Predstavljane i evaluacija studentskih radova	4		

Obvezna literatura	1. Tomić, Z. (2016). Odnosi s javnošću – teorija i praksa. Synopsis. (Poglavlja: „Odnosi s javnošću slavnih osoba“ i „Osobni odnosi s javnošću“, str. 615–692.)
Dopunska literatura	1. Bokun, P., & Todorović, A. (2010). Sam svoj PR. Academy of Diplomacy and Security, Beograd. 2. Ailes, R. (1988). You Are the Message. Doubleday. 3. Green, A. Effective Personal Communication Skills for Public Relations. Kogan Page. 4. Buljan Šiber, A. (2005). „Važnost osobnog imidža u odlučivanju...“, Ekonomski pregled. 5. Scammell, M. (2007). „Political Brands and Consumer Citizens...“, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science
Način provjere ishoda učenja	Pohađanje, aktivnost na nastavi 5% Kolokvij 40% Projekt 40% Vježbe 15% UKUPNO 100%
Završni / Diplomski rad	Da