

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
202859	Medijske industrije EU				Obvezni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	5	
	30	30				
Nastavnik	doc.dr.sc. Katerina Fotova Čiković					
Suradnik	Hrvoje Smoljić, mag.oec., viši predavač					
Cilj predmeta	Cilj kolegija „Medijske industrije EU“ je upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima i tematikom iz područja medijske industrije EU , oblikovanje, reguliranje ,usmjeravanje i usklađivanje svih činitelja proizvodno uslužnog procesa medijske proizvodnje tehnoloških,regulatornih ,komercijalnih ,marketinških .					
Ishodi učenja	1. Prepoznati, opisati, identificirati, interpretirati medijske industrije EU 2. Razumijeti procesa kroz koje prolaze pojedine medijske grane proizvodnje na lokalnoj ,nacionalnoj ,EU, i globalnoj razini. 3. Objasniti različitosti poslovnog odlučivanja u medijskim sektorima medijske proizvodnje 4. Primijeniti metode i alate poslovnog odlučivanja za analizu, izračun, proizvodno tehnoloških, komercijalno marketinških i regulatornih aspekata medijske proizvodnje. 5. Sposobni analitički koristiti i procjenjivati teorijska i praktična promišljanja o medijskoj globalizaciji i europeizaciji 6. Sposobni razumjeti ustroj društvene, političke i ekonomske okoline u kojoj djeluju mediji					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023					

Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
1.EU mediji u digitalno doba, globalizacija, lokalizacija, glokalizacija, medijska europeizacija. SEMINAR: Problem povijesti medijske industrije	2	2		
2.Medijski sustavi, globalni i nacionalni medijski sustavi ,razvoj teorijskog pristupa , autoritarna ,libertarijanska ,društveno-odgovorna ,sovjetsko-komunistička teorija , Medijski modeli(zapadni medijski modeli) SEMINAR: Pokretni arhiv slika i studije o medijskoj industriji	2	2		
3.Medijska politika,definicija .Načelo pluralizma i raznovrsnosti medija ,tipovi medijske politike,mediji spoj kulturne i političke integracije,načela medijske politike SEMINAR: Filmska i holivudska industrija	2	2		

4.Razumijevanje medija EU kroz podatke, metode i izvore za medijska istraživanja u EU.Europska medijska statistika, EU medijska terminologija. SEMINAR: Radijska difuzija slučaj ESPN	2	2
5.Mediji EU kroz ekonomiju, ponuda i potražnja, cijene i troškovi, tržišne definicije. SEMINAR: Od sponzora do spotova	2	2
6.Politika EU – regulacija i medijski zakoni, regulatori, europski regulatorni kontekst, regulacija, deregulacija, samoregulacija i koregulacija. SEMINAR: Novi mediji kao transformirana medijska industrija	2	2
7.Teorija medija u europskom kontekstu, razvoj medija, novi pojmovi, primjena teorije s metodama istraživanja. SEMINAR: Medijske industrije politička ekonomija i medijske kulturne studije	2	2
8.Tiskarska i izdavačka proizvodnja u EU. Povijest i prethodnici, suvremeno doba, današnje indikacije, komparativna istraživanja. SEMINAR: Od medijskog imperijalizma do medijskog kapitalizma	2	2
9.Distribucija tiska i izdavačkog materijala, politika EU, nacionalne politike, usporedba novih i klasičnih distribucijskih tehnika. SEMINAR: Razmišljati lokalno	2	2
10.Potrošnja tiskarskog i izdavačkog materijala, EU potrošnja i trendovi, marketing EU u medijskoj industriji. SEMINAR:Razmišljati nacionalno	2	2
11.Audiovizualni sadržaji u EU, produkcija i emitiranje, akvizicija, rast formata, trendovi, tekstualna konvergencija i interaktivnost. SEMINAR: Konvergencija kulture i medija	2	2
12.Distribucijska mreža audiovizualnih sadržaja u EU, klasične i nove distribucijske tehnike, europske i nacionalne politike, utjecaj na sektor javne radiodifuzije. SEMINAR:Medijska ekonomija	2	2
13.Poslovni modeli razvoja medijske industrije, spajanja, joint venture, outsourcing, troškovni i profitni modeli. SEMINAR:Kritički građanski pristup	2	2
14.Hrvatska medijska industrija, razvoj hrvatskog medijskog prostora 1990.-2012., koncentracija, diverzifikacija, fragmentacija. SEMINAR:Studije kulturne politike i kreativne industrije	2	2
15.Hrvatska medijska produkcija i distribucija, proizvodnja tiskovina i audiovizualna proizvodnja. SEMINAR: Vrste kulturne proizvodnje	2	2

Obvezna literatura	1. Franjo Maletić :PPT prezentacija predavanja 2. Richard Rooke: European Media in the Digital Age ,Pearson Ed.Limit. 2009.(prevod)
Dopunska literatura	1. The media In Europe ,ed.Mary Kelly ,Gianpietro Mazzoleni ,Denis McQuail; Saga Pub., London 2004. 2. Daniel C. Hallin i Paolo Mancini: „Comparing Media Systems Beyond the Western World”, CambridgeUniversity Press,2012 3. Frederick Siebert, Wilbur Schramm i Theodore Peterson: „Four Theories of the Press”, University of Illinois Press, 1963.
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučaja, te pismeni i usmeni ispit
Završni / Diplomski rad	Da