

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar			
102968	Modeli odnosa s javnostima	Obvezni	1			
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	120	6
	30	0	30	0		
Nastavnik	doc.dr.sc. Anita Jeličić					
Suradnik	dr.sc. Ksenija Žlof, v. pred.					
Cilj predmeta	Upoznavanje studenata s teorijskih i praktičnim osnovama modela u upotrebi u odnosima s javnošću.					
Ishodi učenja	1. 1. Upoznavanje studenata s teorijskim temeljima odnosa s javnošću 2. 2. Objašnjenje ključnih pojmova u odnosima s javnošću i različitih definicija 3. 3. Upoznavanje s nastajanjem i razvojem odnosa s javnošću te sa stanjem struke danas 4. 4. Razumijevanje pojma strateške komunikacije i uspoređivanje različitih modela u odnosima s javnošću te dvosmjerne simetrične komunikacije 5. 5. Spoznavanje snage javnog mnijenja i medija za odnose s javnošću te važnosti evaluacije medijskih objava 6. 6. Razvijanje kritičkog razmišljanja i sposobnosti donošenja etičkih strateških odluka u odnosima s javnošću sposobnost prepoznavanja					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	ne					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice E-učenje Samostalni zadaci		Komentari			
Obveze studenata	Izrada seminara, sudjelovanje u predavanjima najmanje 50% i sudjelovanje na vježbama, priprema i polaganje kolokvija, te položiti ispit u konačnici.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
1.Upoznavanje s pojmom odnosa s javnošću (ili javnostima), različite definicije odnosa s javnošću, definiranje pojmova	2		2			
2.Tko su PR-profesionalci, a tko novinari, poželjne osobine PR-profesionalaca, istine i zablude (otvorena pitanja) o međusobnom odnosu, suprostavljeni ciljevi dvije profesije	2		2			
3.Javnost, javno mnijenje, segmenti javnosti, utjecajne javnosti, utjecanje na utjecajne javnosti	2		2			
4.Strateška komunikacija, modeli odnosa s javnošću, zadaci odnosa s javnošću	2		2			
5.Razrada ključnih pojmova odnosa s javnošću – identitet – imidž – ugled, što odnosi s javnošću jesu, a što nisu	2		2			
6.Vizualni identitet	2		2			
7.PR-instrumenti	2		2			

8.Odnosi s medijima, profesionalni standardi izvještavanja, vjerodostojnost medija, vjerodostojnost izvora informacija, vjerodostojnost PR-predstavnik kao službenih izvora, kriteriji vjerodostojnosti	2	2
9.Novinarski žanrovi, pravo na ispravak, demanti, zakon o medijima, zakon o elektroničkim medijima, zakon o pravima na informaciju, kazneni zakon (kleveta)	2	2
10.Etika odnosa s javnošću, etika odnosa s medijima, kako sačuvati ugled	2	2
11.Evaluacija medijskih objava, postavljanje komunikacijskih ciljeva i njihova evaluacija	2	2
12.Upravljanje publicitetom, tematska analiza događaja	2	2
13.Interna komunikacija	2	2
14.Modeli J.Grunig	2	2
15.Modeli u upotrebi	2	2

Obvezna literatura	1. Tench,&Yeomans, (2010.) Otkrivanje odnosa s javnošću, HUOJ, Zagreb
Dopunska literatura	1. Theaker, Alison (2007). Priručnik za odnose s javnošću, PRint, HUOJ, Zagreb. 2. Cutlip, Center's, Broom (2010). Učinkoviti odnosi s javnošću, Mate, Zagreb.
Način provjere ishoda učenja	Redovitost na predavanjima 20% Kolokviji 40% Seminari i vježbe 20% Usmeni ispit 20%
Završni / Diplomski rad	Da