

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar			
102970	OJ i internet	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. Darijo Čerepinko doc.dr.sc. Ljerka Luić					
Suradnik	Nikola Jozić, predavač					
Cilj predmeta	Razumijevanje i uporaba interneta kao suvremenog poslovnog okružja u kontekstu odnosa s javnošću					
Ishodi učenja	1. opisati i objasniti suvremene internetske aktivnosti (u kontekstu odnosa s javnošću) 2. razumjeti sve koncepte mrežnog okružja "web-a 1,2,3" (u kontekstu odnosa s javnošću) 3. razumjeti i postaviti internetske (intranetske i ekstranetske) strategije, te razumjeti i poznavati internetske metode, tehnike, alate (instrumente) i aktivnosti internetskog projekta (u kontekstu odnosa s javnošću) 4. Razumjeti informacijsko-komunikacijsku i medijsku industriju i njihove konzekvence u promjeni pristupa odnosa s javnostima 5. Razumjeti ponašanje i promjene kod internetske publike (kognitivno, afektivno, vizualno) 6. Znati koristiti društvene mreže za društveni aktivizam, oglašavanje, za komunikacijske i političke kampanje 7. Mjeriti dosege i učinke komunikacije na društvenim mrežama					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Vježbe u praktikumu Samostalni zadaci		Komentari Obvezno barem jedno centralno računalo s projektorom i internetskom vezom!			
Obveze studenata	Napraviti projektni zadatak na zadanu temu iz područja kolegija. Pohađati predavanja i na predavanjima sudjelovati u vježbama. Položiti ispit.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
1. Suvremeni internet u odnosima s javnošću, odnosima s državnim institucijama, te poslovima od javnog utjecaja (značaja)	2		2			
2. Definicije i povijest interneta (intraneta i ekstraneta) te koncepta "web-a 1,2,3" u kontekstu veće interaktivnosti, razvoja i povezivanja	2		2			
3. Uloga, usluge i ciljevi moderiranja internetskih subjekata i objekata (u kontekstu odnosa s javnošću)	2		2			
4. Suvremene internetske metode i tehnike, alati (instrumenti) i aktivnosti (u kontekstu odnosa s javnošću)	2		2			

5. Suvremene internetske (intranetske i ekstranetske) strategije. Koncepti, postupci i tehnike istraživanja suvremenog interneta, s primjerima iz prakse	2	2
6. Različiti poslovni i javni pristupi (koncepti, postupci i tehnike) istraživanja suvremenog interneta, s primjerima u različitim zemljama (multikulturalne i dr. razlike)	2	2
8. Informacijsko-komunikacijska i medijska industrija i konzekvence u promjeni pristupa OJ. Dekonstrukcija poslovnih modela.	2	2
9. principi mediamorfoze - koevolucija i i konvergencija industrija, zakonitosti razvoja proizvoda u novim tehnološkim okolnostima (Rogersova krivulja), osnovna teorijska znanja novog digitalnog doba.	2	2
10. Aktivna publika, promjene u recepciji, uloga socijalnih medija, značaj praćenja recepcije za OJ u multimedijalnoj sferi.	2	2
11. Internetska publika, praćenje kognitivnog i afektivnog, vizualnog u internetskoj komunikaciji i njeno istraživanje. Načini istraživanja internetske publike kao podloga efikasnijoj upotrebi komunikacijskih alata u za potrebe OJ.	2	2
12. Razvoj i značaj društvenih mreža na svjetskoj razini, u politici i za potrebe društvenog aktivizma.	2	2
13. Najpopularnije društvene mreže, jezične i ekonomske barijere u komunikaciji.	2	2
14. Mjerenje doseg a i učinaka komunikacije na Društvenim mrežama.	2	2
15. PR marketing na društvenim mrežama, nove komunikacijske forme, usporedba s klasičnim medijima.	2	2

Obvezna literatura	1. David Phillips, Philip Young. Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (PR In Practice), Kogan Page, London, 2009.
Dopunska literatura	1. Heather A. Horst, Daniel Miller (ur.) Digital Anthropology, Berg, London, 2012. 2. IVANKOVIĆ, Željko. Besplatno : uvod u političku ekonomiju digitalnog doba. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2018. 3. Ana Penović, Boris Ličina, Milica Cetinić, Irena Rašeta: Pobjedite internet (ili će internet pobijediti vas), Jasno i Glasno, Zagreb, 2014. 4. Tkalac Verčić, Ana. Odnosi s javnošću / - (ur.). Zagreb: Hrvatska udruga za odnose s javnošću, 2015
Način provjere ishoda učenja	Ocjena projektnog zadatka (max. 50 bodova). Ocjena na pismenom ispitu (max. 50 bodova). Bodovanje: Od 0-59 bodova nedovoljan, 60-69 bodova dovoljan, 70-79 bodova dobar, 80-89 bodova vrlo dobar i 90-100 bodova izvrstan.
Završni / Diplomski rad	Da