

Preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment u medijima

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta		Semestar		
96901	Infotainment i novi trendovi u medijima	Izborni		4		
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)		ECTS		
Stručni	P 30	S 30	V 0	E-učenje 0	60	4
Nastavnik	doc.dr.sc. Iva Rosanda Žigo Ivana Čulo predavač					
Suradnik						
Cilj predmeta	Cilj je predmeta oblikovati poticajno okružje koje će omogućiti studentima stjecanje različitih znanja, vještina i sposobnosti vezanih uz specifično ozračje suvremenih medijskih trendova vezanih uz popularno propuštanje zabavnih sadržaja u tzv. „ozbiljno novinarstvo“. Specifične kompetencije razvijat će se u okviru seminarских radova i vježbi prema preferencijama studenata.					
Ishodi učenja	1. definirati pojam vijesti sa sinkronijskog i dijakronijskog stajališta, 2. definirati i objasniti pojam infotainment, 3. objasniti osnovne pojmove vezane uz područje suvremenih trendova u medijima, 4. analizirati i usporediti na koji način i u kojoj mjeri zabavni sadržaji participiraju u sadržajima informativnih programa nacionalnih novinskih i televizijskih kuća, 5. procijeniti u kojoj mjeri i na koji način različite ideologije utječu na formiranje novinarskog diskursa i javnog mišljenja, 6. raspravljati o značaju i utjecaju vizualnih praksi u suvremenim medijima, 7. ukazati na značaj tržišta u organizaciji i funkcioniranju suvremenih medija 8. odabrat i ocijeniti novinske članke i/ili televizijske emisije sa stajališta jednog od problemskih područja koje je prezentirano sadržajem kolegija.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	-					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice	Komentari				
Obveze studenata	Studenti su dužni aktivno sudjelovati u nastavi seminara, izraditi seminarski rad na zadalu temu iz područja kolegija. Zajedno s još jednim ili dvoje kolega napraviti prezentaciju i prezentirati zadalu temu iz područja kolegija. Uploadati svoj seminar i prezentaciju, kao i tri vježbe na Moodle sustav za e-učenje. Položiti dva kolokvija.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Rasprava o planu i programu kolegija, ispitnoj literaturi i obvezama. Uvod u temu. Određenje pojma.		30	30	0	0	
Povjesni razvoj (evolucija) infotainmenta.		30	30	0	0	
Funkcije infotainmenta.		30	30	0	0	
Temelji (infrastruktura) za razvoj globalnog infotainmenta.		30	30	0	0	
Politički i komercijalni utjecaji na informativni program.		30	30	0	0	
Vanjska politika u informativnim emisijama.		30	30	0	0	
Pseudodogadjaji u informativnim emisijama/tekstovima.		30	30	0	0	

Velike korporacije i informativne mreže.	30	30	0	0
Rat kao infotainment.	30	30	0	0
Sfera globalnog infotainmenta.	30	30	0	0
Promjene u procesu selekcije sadržaja informativnog programa.	30	30	0	0
Zabavni sadržaj u informativnim emisijama.	30	30	0	0
Masovni mediji i njihova uloga u estetizaciji trivijalnog.	30	30	0	0
Tabloidno novinarstvo.	30	30	0	0
Uloga tržišta u strukturiranju i organizaciji informativnog sadržaja.	30	30	0	0

Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thussu, D. K., <i>News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment</i>, London, 2007. 1. Anderson, B. M., <i>News Flash. Journalism, Infotainment, and the Bottom-Line Business of Broadcast News</i>, San Francisco, 2004. 2. Bennet, L., <i>The Politics of Illusion</i>, Longman, New York, 2011. 3. Malović, S., <i>Mediji i društvo</i>, Zagreb, 2007. 4. Perišin, T., <i>Televizijske vijesti</i>, Medijska istraživanja, Zagreb 2003.
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 5. Prior, M. Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge, u: <i>Political Communication</i>, 20, 2003., str. od 149. do 171. 6. Stockwell, S., Reconsidering the Fourth Estate: The functions of infotainment, Refereed paper presented to the Australian Political Studies Association University of Adelaide, 29 September – 1 October 2004. 7. Todorović, N., Tabloidni žurnalizam, u: CM. Časopis za upravljanje komuniciranjem, br. 1., god 2006., str. 19. do 33.
Način provjere ishoda učenja	Pozitivna ocjena seminara i prezentacije na temu iz područja kolegija 40% ukupne ocjene. Pozitivna ocjena vježbi na zadane teme iz područja kolegija 20% od ukupne ocjene. Pozitivna ocjena aktivnosti na predavanjima i seminarima 10% od ukupne ocjene. Pozitivna ocjena na kolokvijima 30%. Završna ocjena izračunava se na sljedeći način: Od 0-59% nedovoljan (1), 60-69 % dovoljan (2). 70-79 % dobar (3), 80-89 % vrlo dobar (4) i 90-100 % izvrstan (5). Kontinuirano skupljanje povratnih informacija (nastavnik – student; student – nastavnik).
Završni / Diplomski rad	Da