

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
96906	Medijska istraživanja				Obvezni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	4
	30	0	15			
Nastavnik	dr.sc. Dinka Kovačević profesor visoke škole					
Suradnik	dr.sc. Slobodan Hadžić, pred.					
Cilj predmeta	Cilj predmeta je pružiti osnovna znanja ,razviti razumijevanje i praktičnu primjenu istraživačkih metoda ,tehnika , alata i to na četiri temeljne razine: a) razini evaluacije i efikasnosti upravljačkih procesa medijske organizacije ,medijske industrije i policy procesa medijske politike b),na razini elaluacije medijskog sadržaja (prostora)sa aspekta marketinških organizacija i marketinške industrije u cijelini c),na razini istraživačkih metoda ,tehnika i alata agencija specijaliziranih za odnose s javnostima d)na razini recepcije medijskog sadržaja ,istraživanja i reakcije publike .Cilj predmeta je i situirati postojeću praksu u recentne teorije komunikološke i publicističke znanstvene spoznaje s posebnim naglaskom na teorijska dostignuća u on line i društvenim medijima					
Ishodi učenja	1. Razumijevanje istraživačkih metoda, tehnika i alata za svaku pojedinu fazu upravljačkog procesa u medijskoj organizaciji 2. izračunati i interpretirati rezultate jednostavnih istraživanja u medijima 3. Samostalno analiziranje i korištenju primarnih i sekundarnih izvora podataka. 4. Samostalno izraditi osnovne strategije promocije medijskog proizvoda 5. Ovladati alatima planiranja i evolucije efekata komunikacije					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.					
Vrste izvođenja predmeta	Metodičke vježbe Predavanja				Komentari	
Obveze studenata	Redovito pohađanje predavanja i seminara.Aktivno sudjelovanje u radu . Izrada seminarskih zadataka,javne prezentacije . Na usmenom ispitu provjerava se usvojenost teorijskih sadržaja na razini zadanih ishoda učenja.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari		Vježbe	E-učenje	
Uvodno predavanje – značaj medijskih istraživanja i uvod u metodologiju istraživanja u društvenim znanostima	2			1		
Metodologija istraživanja u društvenim znanostima – definiranje problema i ciljeva istraživanja, hipoteze rada	2			1		
Osnovne metode istraživanja – desk i field istraživački process, kvantitativna I kvalitativna istraživanja, vrste istraživanja u i za medijsku organizaciju	2			1		
Istraživačke metode, tehnike I alati u strateškom pozicioniranju i planiranju	2			1		
Vrste strategijskih analiza vanjske i unutarnje okoline prema vodećim konzultantskim liderima	2			1		

Korporacijsko i interno komuniciranje – vrste istraživačkih metoda, tehnika i alata u planiranju i evaluciji efekata komuniciranja unutar medijske organizacije	2	1
Ljudski resursi – osnovne metode, tehnike i alati za efikasno upravljanje ljudskim resursima	2	1
Kontroling procesa – kriteriji efiksne kontrole te najčešće korišteni alati	2	1
Istraživanja publike i njihovih navika	2	1
Vrste istraživanja konzumacije medija, prednosti i nedostaci, svjetska iskustva	2	1
Lansiranje proizvoda, izrada media plana, media mixa,	2	1
Osnovni kategorijalni marketinški pojmovnik i njihova upotreba /GRP,CPT, CPP	2	1
Evaluacija komunikacije u industriji odnosa s javnošću, osnovni alati proučavanja medijskog proizvoda	2	1
Evaluacija komunikacije na društvenim mrežama, on I off line mediji, recentna istraživanja I načini proučavanja	2	1
Medijska organizacija, medijska industrija, medijska politika – načini pručavanja u recentnoj literature I praksi	2	1

Obvezna literatura	1. Slobodan Hadžić (skripta: predavanja i prezentacije) 2. Posavec-Lamza: Metodologija istraživanja u društvenim znanostima(skripta)
Dopunska literatura	1. T. Kesić,:Integrirana marketinška komunikacija, Zagreb, 2003, pogl. 9.,11.,13
Način provjere ishoda učenja	Znanje se provjerava kroz praćenje aktivnosti na nastavi (permanentno ispitivanje),te kroz dva kolokvija. Svaki je kolokvij koncipiran u skladu sa zadanim ishodima učenja. Prvi se kolokvij održava u 7. tjednu nastave, drugi u 14. Tjednu. Svaki kolokvij pokriva ishode učenja, sadržajno obrađenim po ciklusima predavanja. Uvjet za pristupanje kolokviju je aktivna nazočnost na vježbama i predavanjima . Aktivnost studenata/ica na vježbama prati se i boduje. Ispit -usmeni .
Završni / Diplomski rad	Da