

Preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment u medijima

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
130310	Medijska publika	Obvezni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P S V E-učenje 30 0 15 0	75	4
Nastavnik	dr.sc. Dinka Kovačević profesor visoke škole doc.dr.sc. Franjo Maletić		
Suradnik			
Cilj predmeta	Digitalni mediji dramatično mijenjaju prirodu i raznolikost načina raspolažanja medijskim sadržajima. Za bolje razumijevanje složenosti "publike" i "publika" više nisu dostatna tradicionalna znanja. Istraživanje i razumijevanje medijske publike najvažniji je dio rada svake medijske tvrtke. Interdisciplinarni pristup se nameće kao jedino moguće rješenje. Korisnici medija - medijska publika mogu se proučavati s dva stajališta: sa stajališta pojedinca i sa stajališta masovnih medija. Cilj kolegija je upoznati studente s oba pristupa. Iako su različita stajališta jednako važna u razumijevanju stvaranja medijske publike, posebice je važno to kako mi kao pojedinci i kao dio te publike doživljavamo medijske poruke.		
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> Objasniti i imenovati principe nastajanja publike kroz teorijski i praktičan pristup proučavanja medijske publike. Prepoznati i protumačiti osobine medijske publike s aspekta pojedinca i masovnih medija u društveno povijesnom kontekstu. Povezati i koristiti ključne parametre generiranja kulturnih indikatora. Kategorizirati i komentirati povezanost medijske potrošnje u različitim društvenim okruženjima: rasa, narodnosti, spol, itd... s obzirom na vrstu, tip, strukturu i specifične osobine određenog medija. Kritički prosudjivati uobičajene računalne alate za interaktivan, personaliziran i povezan pristup medijskoj publici. Predložiti i prezentirati oblike internetske publike, njezinu lokalnu i globalnu pojavnost. 		
Uvjeti za upis predmeta (odslužan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.		
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci	Komentari	
Obveze studenata	Redovito poхађање predavanja i seminara. Aktivno sudjelovanje u radu. Izrada seminarskih zadataka, javne prezentacije. Na usmenom ispitу provjerava se usvojenost teorijskih sadržaja na razini zadanih ishoda učenja.		

Nastavna cjelina	Sadržaj predmeta			
	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
UVOD U TEMU MEDIJSKE PUBLIKE	2		1	
PUBLIKA MASOVNIH MEDIJA	2		1	
RANE PERSPEKTIVE: TRADICIJA UČINAKA	2		1	
ZASTRAŠUJUĆI SVIJET TELEVIZIJE	2		1	
KULTURNI INDIKATORI & KULTIVACIJSKA TEORIJA	2		1	
MAINSTREAMING	2		1	
OD NASILJA S EKRANA DO STVARNOG NASILJA	2		1	
KULTURNI STUDIJI I PUBLIKA	2		1	

AKTIVNA PUBLIKA	2	1
PUBLIKA U KUĆI - PUBLIKA, DOM I ROD	2	1
MJERENJE PUBLIKA: ULOGA MEDIJSKE INDUSTRIJE	2	1
RASA, IDENTITET I MEDIJSKA POTROŠNJA	2	1
PUBLIKE, OBOŽAVATELJI IOBOŽAVATELJSTVO	2	1
PUBLIKE NOVIH MEDIJA	2	1
NOVI KONCEPTI: INTERAKTIVNOST I FRAGMENTACIJA PUBLIKE	2	1

Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potter J.W.: Medijska pismenost. Beograd: CLIO, 2008. (str. 63-122) 2. Kovačević, D.: Predavanja/Bilješke
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nightingale, V.; Carpentier, N.: The Handbook of Media Audiences, London: BLACKWELL, 2011. 2. Stručno-znanstveni članci u časopisima 3. Trowler P: Komunikacija i mediji. Haralambos, M.; Holborn M: Sociologija, teme i perspektive. Zagreb: GMTK, 2000.
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