

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
130311	Poslovna psihologija i medijsko komuniciranje				Obvezni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	4
	30	0	15	0		
Nastavnik	dr.sc. Ana Globočnik Žunac predavač					
Suradnik	Sunčana Glavak, asis.					
Cilj predmeta	Cilj predmeta je ovladati temeljnim znanjima i steći vještine iz područja psihologije neophodnih za razumijevanje socioloških, komunikacijskih i poslovnih procesa i omogućiti uspješno upravljanje medijskom komunikacijom.					
Ishodi učenja	1. Po odslušanom i uspješno položenom kolegiju studenti će moći prepoznati osnovne karakteristike ponašanja grupe.					
	2. Po odslušanom i uspješno položenom kolegiju studenti će moći definirati osnove pojmove iz područja poslovne i socijalne psihologije.					
	3. Po odslušanom i uspješno položenom kolegiju studenti će moći objasniti pojam utjecaja u medijskoj komunikaciji.					
	4. Po odslušanom i uspješno položenom kolegiju studenti će moći analizirati i usporediti komunikacijske situacije iz medija.					
	5. Po odslušanom i uspješno položenom kolegiju studenti će moći interpretirati medijsku komunikaciju s ciljem evaluacije.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Očekuje se da studenti prije početka nastave predmeta svladaju osnove komunikologije i korporativnih komunikacija.					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Studentu može biti dodijeljeno ukupno 15 bodova za uspješno izvršenje domaćih zadataka tijekom semestra. Tijekom nastave vježbi ovog predmeta student će izrađivati zadatke temeljene na teorijskim osnovama koje će prethodno biti diskutirane na nastavi predavanja. Za uspješno sudjelovanje u rješavanju problemskih zadataka student može postići dodatnih 15 bodova.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Socijalna spoznaja i percepcija - temelji medijske komunikacije	2	0	1	0		
Prosocijalno ponašanje	2	0	1	0		
Agresija	2	0	1	0		
Predrasude i komunikacijski stereotipi	2	0	1	0		
Konformizam	2	0	1	0		
Odlučivanje kao proces	2	0	1	0		
Grupni procesi	2	0	1	0		
Koorijentirana komunikacija u medijima	2	0	1	0		
Utjecaji kolektivne mudrosti	2	0	1	0		
Grupni izbor i metode grupnog usuglašavanja	2	0	1	0		
Utjecaj u socijalnim grupama	2	0	1	0		
Motiviranost i postizanje ciljeva	2	0	1	0		

Utjecaj stresa na komunikaciju	2	0	1	0
Evaluacija medijske komunikacije	2	0	1	0
Rasprava – studije slučaja medijske komunikacije	2	0	1	0

Obvezna literatura	1. Arson,E., Wilson, T.D., Akert, R.M., (2005.) Socijalna psihologija, Mate, Zagreb. – odabrana poglavlja
Dopunska literatura	1. Hewstone,M., Stroebe,W. (2003) Socijalna psihologija – Europske perspektive, Slap. Zagreb. 2. Vodopija, Š. (2006) Opća i poslovna komunikacija, Žagar, Rijeka. 3. Vodopija, Š. (2006) Uspješno organiziranje i vođenje, Žagar, Rijeka.
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 ishodom 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