

OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj kolegija	Izv. prof. dr. sc. Damir Jugo, prof. struč. stud.	
Naziv kolegija	Odnosi s javnošću u trgovini	
Studijski program	Stručni diplomski studij Menadžment u trgovini	
Status kolegija	Izborni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+30+0
OPIS KOLEGIJA		
<i>1.1. Ciljevi kolegija</i>		
Cilj predmeta je upoznati i osposobiti studente sa značajem i primjenom odnosa s javnošću u trgovini; upoznati studente s teorijskim i praktičnim osnovama tehnika i modela u odnosima s javnošću. Studenti će steći znanja o osnovnim konceptima i modelima odnosa s javnošću u trgovini usmjereno ka razvijanju socijalnih vještina i inovativnosti studenata prilikom obavljanja aktivnosti odnosa s javnošću.		
<i>1.2. Uvjeti za upis kolegija</i>		
Nema uvjeta za upis kolegija.		
<i>1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij</i>		
Nakon uspješno završenog kolegija studenti će moći: 1. Analizirati odnose s javnošću u trgovini 2. Primijeniti modele i tehnike odnosa s javnošću u trgovini 3. Usporediti recentne primjere dobre/loše prakse u odnosima s javnošću 4. Mjeriti učinke komunikacije na društvenim mrežama 5. Analizirati moralno dvojbene situacije u poslovnom okruženju 6. Kritički prosuditi snagu javnog mnijenja i medija u poslovnom okruženju		
<i>1.4. Sadržaj kolegija</i>		
1. Uvodno predavanje 2. Pojam odnosa s javnošću, koncept javnog mnijenja 3. Uloga odnosa s javnošću u trgovini i organizacija aktivnosti 4. Tehnike i modeli odnosa s javnošću 5. Upravljanje odnosima s javnošću u trgovini		

6. Odnosi s medijima
7. Profesionalni standardi u odnosima s javnošću u trgovini
8. Odnosi s javnošću na društvenim mrežama
9. Pravila komuniciranja u javnom nastupu
10. Etika u odnosima s javnošću u trgovini
11. Analiza organizacije; opis, pregled aktivnosti, planiranje
12. Analiza javnosti; opis, pregled aktivnosti, planiranje

1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☒ mentorski rad ☒ ostalo _e-učenje sustav Merlin
--	---	--

1.6. Obveze studenata

Studenti su obvezni nazočiti 70 % održanih sati nastave uz obveznu izradu i prezentaciju seminara. Ispit se može polagati kroz kolokvije tijekom semestra (za najmanje dovoljan za oba kolokvija) ili nakon semestra na redovnom ispitnom roku kroz pismeni i usmeni ispit.

1.7. Praćenje rada studenata (dodati X uz odgovarajući oblik praćenja)

Pohađanje nastave	X	Aktivnost u nastavi	X	Seminarski rad	-	Eksperimentalni rad	-
Pismeni ispit	X	Usmeni ispit	X	Esej	-	Istraživanje	-
Projekt	-	Kontinuirana provjera znanja	-	Referat	-	Praktični rad	X
Portfolio	-						

1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Elementi praćenja i vrednovanja	Opterećenje u ECTS	Udio (%) u konačnoj ocjeni	
Pohađanje nastave	1	0 %	

Kolokvij 1	1	30 %	
Kolokvij 2	1	30 %	
Završni ispit	2	60 %	
Vježbe	1	40 %	
Kriteriji i način polaganja ispita: Nazočnost predavanjima je min. 70 %. Tijekom semestra studenti polažu dva kolokvija., svaki kolokvij nosi 30 % te je za prolaz na kolokvij potrebno ostvariti minimalno 50 %. Izrada vježbi uz prezentaciju je obvezna za savladavanje predmeta. Položeni kolokviji i izrada vježbi su temelj oblikovanja prosječne, a zatim i konačne ocjene. Studenti koji pozitivno rješe vježbe i oba kolokvija (pozitivno ocijenjena) oslobođeni su polaganja završnog ispita. U slučaju da student nije položio kolokvije tijekom semestra pristupa završnom ispitu nakon završetka semestra (u propisanim ispitnim rokovima) ako je izvršio obvezu pohađanja nastave i vježbi. Završni ispit je pismeni (potrebno je ostvariti minimalno 50%) i usmeni. Ispit i kolokviji vrednuju se na slijedeći način: od 90 do 100 bodova – ocjena 5 (izvrstan) od 80 do 89,9 bodova – ocjena 4 (vrlo dobar) od 65 do 79,9 bodova – ocjena 3 (dobar) od 50 do 64,9 bodova – ocjena 2 (dovoljan)			
<i>1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju</i>			
<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>	
Tomić, Z. (2016) Odnosi s javnošću, teorija i praksa, Synopsis, Zagreb – Sarajevo			
Tench, R., Yeomans, L. (2010) Otkrivanje odnosa s javnošću, Biblioteka Print, Zagreb			
Glen, M. (2010) Učinkoviti odnosi s javnošću, Mate, Zagreb			
<i>1.10. Dopunska literatura</i> 1. Jugo, D. (2012) Strategije odnosa s javnošću, Profil, Zagreb 2. Lesinger, G. (2018) Odnosi s medijima i medijske agende, Filozofski fakultet, Osijek 3. Theaker, A. (2007) Priručnik za odnose s javnošću, HUOJ, Zagreb			
<i>1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>			

Izvedba predmeta se prati putem anonimne studentske ankete (vrednovanje kvalitete održane nastave).

Praćenje analize prolaznosti po ispitnim rokovima.

Mentorski rad sa studentima.