



## SILABUS KOLEGIJA

Akademska godina 2022./2023.

### 1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Javna diplomacija i odnosi s javnošću država								
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje odnosima s javnošću								
1.3. Kratica kolegija	JDOD	1.7. Godina studija	1.						
1.4. Šifra kolegija	PRM22203	1.8. Semestar	1. / zimski						
1.5. Status kolegija	Obvezni	1.9. ECTS	5						
1.6. Nastavno opterećenje	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vrsta nastave</th> <th>Ukupno sati</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Predavanja</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Vježbe</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	30	Vježbe	0	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	30								
Vježbe	0								

### 2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Božo Skoko	2.6. Suradnici na predmetu	Dejan Gluvačević
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	Dr. sc.
2.3. Zvanje	Redoviti profesor	2.8. Zvanje	Predavač
2.4. Kontakt e-mail	<a href="mailto:bozo.skoko@mpr.hr">bozo.skoko@mpr.hr</a> <a href="mailto:bozo.skoko@bernays.hr">bozo.skoko@bernays.hr</a>	2.9. Kontakt e-mail	<a href="mailto:dejan.gluvacevic@bernays.hr">dejan.gluvacevic@bernays.hr</a>
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu

### 3. OPIS KOLEGIJA

#### 3.1. Ciljevi kolegija

Cilj kolegija *Javna diplomacija i odnosi s javnošću država* jest omogućiti studentima razumijevanje strateškog komuniciranja država u međunarodnom kontekstu te ih upoznati sa s javnom diplomacijom, brendiranjem država i međunarodnim odnosima s javnošću.

U fokusu kolegija se nalazi javna diplomacija, kao iznimno važno područje međunarodne komunikacije, koje se vrlo često poistovjećuje s odnosima s javnošću države. Stoga je dodatni cilj upoznati studente sa sličnostima i razlikama ove dvije profesije, odnosno njihovom konvergencijom kad je u pitanju strateško komuniciranje države te pristupima, strategija i metodama.



<p><b>3.2. Uvjeti za upis</b></p>	<p>Nema uvjeta za upis kolegija.</p>					
<p><b>3.3. Ishodi učenja</b></p>	<p>I1: Argumentirati važnost i utjecaj imidža država u međunarodnim odnosima te definirati i analizirati podnjetlo, razvoj i način funkcioniranja javne diplomacije i srodnih područja. I2: Steći strateška znanja i vještine za uspješno djelovanje u interkulturnoj komunikaciji, prosuđivanju komunikacijskih specifičnosti te identiteta i imidža pojedinih država. I3: Predstaviti dosadašnju stratešku komunikaciju država na odabranom primjeru. I4: Izraditi kreativno rješenje strateškog komuniciranja država na odabranom primjeru.</p>					
<p><b>3.4. Sadržaj kolegija</b></p>	<p>1. Globalizacija i njezini utjecaji na ulogu države u međunarodnim odnosima te međunarodnu komunikaciju / Novi izazovi međunarodnih odnosa i diplomacije u vrijeme masovnih medija i modernih komunikacijskih tehnologija 2. Interkulturna komunikacija - preduvjeti, ograničenja i izazovi (stereotipi, predrasude, etnocentrizam, utjecaj religije, stjecanje i razvoj identiteta, kulturni identitet, multikulturalizam, kulturni obrasci i vrijednosti, jezik, simboli...) 3. Kulturološki profili država i naroda – razumijevanje različitosti kultura / Kulturna inteligencija – razumijevanje, učenje i prilagodba u interkulturnoj komunikaciji / Neverbalna komunikacija u međunarodnom okruženju 4. Odnosi s javnošću u međunarodnom kontekstu - globalni odnosi s javnošću i međunarodni odnosi s javnošću / Upravljanje odnosima s javnošću u međunarodnom okruženju 5. Država i drugi akteri međunarodnih odnosa s javnošću (multinacionalne korporacije, međunarodne političke i gospodarske organizacije, međunarodne nevladine organizacije, agencije za odnose s javnošću, pojedinci), međunarodni mediji, društvene mreže i međunarodno javno mnijenje / Stvaranje imidža države u međunarodnoj javnosti 6. Javna diplomacija – koncept, podrijetlo, razvoj... Snaga meke moći i kriza klasične diplomacije; Javna diplomacija i propaganda; Javna diplomacija i odnosi s javnošću država. 7. Područja djelovanja javne diplomacije - Upravljanje vijestima i informacijama, strateška komunikacija i izgradnja odnosa (kampanje i promjena percepcije), gradnja dugoročnih odnosa – razumijevanje i suradnja 8. Brendiranje država – teorijski koncepti, strategije i pristupi, primjeri iz prakse / Upravljanje identitetom i imidžom države / Mjerenja vrijednosti brenda država i globalni indeksi (Nation Brand Indeks, Future Brand Indeks i dr.) 9. Kulturna diplomacija i gospodarska diplomacija / Uloga turizma u brendiranju država 10. Pristupi, alati i sredstva javne diplomacije i brendiranja država – upravljanje događajima (sportske i kulturne manifestacije), kreativne industrije kao sredstvo javne diplomacije s naglaskom na film, umjetnost, glazbu, književnost i dizajn, uloga znanosti, obrazovanja i sporta u promociji država, lideri i poznate osobe kao promotori države 11. Praksa odnosa s javnošću u međunarodnom okruženju / Infrastruktura, strategije, tehnike i javnosti u međunarodnim odnosima s javnošću za države 12. Primjeri dobrih praksi: javna diplomacija i državni odnosi s javnošću SAD-a, Velike Britanije, Španjolske, Danske, Njemačke, Novog Zelanda, Katara... 13. Hrvatska javna diplomacija i međunarodni odnosi s javnošću Hrvatske – od srednjovjekovnih iskustava Dubrovačke Republike, preko do borbe za istinu devedesetih do ulaska u EU 14. Identitet i imidž Hrvatske / Mogućnosti kvalitetnijeg brendiranja Hrvatske</p>					
<p><b>3.5. Vrste izvođenja nastave</b></p>	<p>X Predavanja</p>	<p>Vježbe</p>	<p>Terenska nastava</p>	<p>Multimedija i Mreža</p>	<p>Mentorski Rad</p>	
	<p>X Seminari i radionice</p>	<p>Obrazovanje na daljinu</p>	<p>Samostalni zadaci</p>	<p>Laboratorij</p>	<p>Ostalo</p>	



<b>3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)</b>	Auditorne Vježbe  Terenske Vježbe	Metodičke vježbe  Lektorske i govorne vježbe	Vježbe u praktikumu  Vježbe iz stranog jezika	Laboratorijske vježbe  Projektantske Vježbe	Eksperimentalne Vježbe  Ostalo										
<b>3.7. Jezik izvođenja</b>	Hrvatski jezik														
<b>3.8. Obveze studenata</b>	Pohadanje nastave, sudjelovanje u seminarima i vježbama														
<b>3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi</b>	1 Pohadanje nastave  Seminarski rad	Aktivnost na nastavi  1 Projekt	Pismeni ispit  Vježbe	Usmeni ispit  Esej	3 Kolokviji  Ostalo										
<b>3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vrsta ocjene</th> <th>Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Pohadanje nastave</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2. Kolokviji / pismeni ispit</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>3. Projekt</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td><b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table>					Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohadanje nastave	10	2. Kolokviji / pismeni ispit	60	3. Projekt	30	<b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b>	<b>100</b>
Vrsta ocjene	Bodovi														
1. Pohadanje nastave	10														
2. Kolokviji / pismeni ispit	60														
3. Projekt	30														
<b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b>	<b>100</b>														
<b>3.11. Obvezna literatura</b>	1. Skoko, B. (2021). <i>Strateško komuniciranje država</i> . Zagreb/Sarajevo: Synopsis, Plejada; Edward Bernays VŠKM														
<b>3.12. Dopunska literatura</b>	1. Skoko, B. (2009.): <i>Država kao brend</i> , Matica hrvatska, Zagreb 2. Samovar, L.; Porter, R. i McDaniel, E. (2013.): <i>Komunikacija između kultura</i> . Slap, Zagreb. 3. Dinnie, K. (2008.): <i>Nation Branding</i> , Elsevier. 4. Golan, G., Yang, S., Kinsey, D. (ur.) (2014.). <i>International Public Relations and Public Diplomacy</i> . New York, NY: Peter Lang. 5. Nielsen Sigsgaard, J. (2011.): <i>The New Era of Diplomacy</i> . Lambert. 6. Parkinson, M. i Ekachai, D. (2006.) <i>International and Intercultural Public Relations</i> . Perason. 7. Curtin, P. i Gaither, K. (2007.): <i>International Public Relations</i> . Sage Publications. 8. Freitag, A. i Quesinberry Stokes, A. (2009.): <i>Global Public Relations</i> . Routledge.														
<b>3.13. Načini praćenja kvalitete</b>	Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa														