



## SILABUS KOLEGIJA

Akademski godina 2022./2023.

### 1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Odnosi s javnošću u kulturi								
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje doživljajem u turizmu								
1.3. Kratica kolegija	OSJKU	1.7. Godina studija	1.						
1.4. Šifra kolegija	EMT22416	1.8. Semestar	2./ljetni						
1.5. Status kolegija	Izborni	1.9. ECTS	4						
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>15</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>15</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	15	Vježbe	15	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	15								
Vježbe	15								

### 2. NASTAVNO OSOBLJE

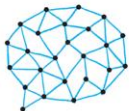
2.1. Nositelj	Krešimir Dabo	2.6. Suradnici na predmetu	Miljenko Puljić
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	uni.spec.oecc.
2.3. Zvanje	Viši predavač	2.8. Zvanje	
2.4. Kontakt e-mail	<a href="mailto:kresimir.dabo@bernays.hr">kresimir.dabo@bernays.hr</a>	2.9. Kontakt e-mail	<a href="mailto:miljenko.puljic@bernays.hr">miljenko.puljic@bernays.hr</a>
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu

### 3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj je kolegija <i>Odnosi s javnošću u kulturi</i> upoznati studente sa važnosti kulture u kreiranju nacionalnog identiteta. Kroz studije slučaja i kroz iskustveno učenje studenti će ovladati sa komunikacijskim tehnikama i strateškim metodama odnosa s javnošću u kulturi.
3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.



<b>3.3. Ishodi učenja</b>	<p>I1: Analizirati temeljne pojmove odnosa s javnošću u kulturi.                  I2: Analizirati ulogu i funkciju odnosa s javnošću u kulturi.                  I3: Koristiti proces brendiranja u kulturi kao ključnom procesu komunikativnosti proizvoda u kulturi.                  I4: Primijeniti tehnike i strateške metode odnosa s javnošću u kulturi.                  I5: Raspravljati o ulozi kulture u kreiranju identiteta društva.</p>																					
<b>3.4. Sadržaj kolegija</b>	<p>1. Temeljni pojmovi odnosa s javnošću u kulturi: Definicija kulture. Definicija umjetnosti.                  2. Menadžment u kulturi. Komunikacija s javnostima. Medijski alati. Uloge i funkcije odnosa s javnošću u kulturi: Komuniciranje ustanove. Komuniciranje eventa. Promocija proizvoda u kulturi.                  3. Tehnike i strateške metode odnosa s javnošću u kulturi: Komunikacijski alati. Protokoli u odnosima s javnošću u kulturi. Krizno komuniciranje u kulturi. Lobiranje u menadžmentu u kulturi. Glasnogovornici u kulturi. Komunikacija s medijima. Prezentacijske vještine i govornišvo.                  4. Uloga kulture u kreiranju prepoznatljive kulturno-turističke atrakcije kroz studiju slučaja: Zagrebačko gradsko kazalište Komedija, Kultura i identitet. Atrakcijska osnova – od potencijalne do realne kulturno-turističke atrakcije, Upotreba promotivnog materijala i oblikovanje identiteta kroz storytelling i interaktivno uključivanje gostiju                  5. Komunikacijski procesi unutar javnih ustanova u kulturi i kulturno umjetničkih društava: Komunikacija s tijelima državne uprave. Komunikacijski procesi između proizvoda u kulturi i publike. Komunikacija s internom javnosti. Komuniciranje tradicijske kulture u svijetu.                  6. Brendiranje tradicijske kulture: SWOT analiza brendova u kulturi. Proces brendiranja proizvoda u kulturi</p>																					
<b>3.5. Vrste izvođenja nastave</b>	x	Predavanja	x	Vježbe		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad												
<b>3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)</b>	x	Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu		Samostalni zadaci		Laboratorij		Ostalo												
<b>3.7. Jezik izvođenja</b>	Hrvatski jezik																					
<b>3.8. Obveze studenata</b>	Pohađanje vježbi i terenske nastave, pisanje seminarskog rada i usmena prezentacija studije slučaja - analize odnosa s javnošću u jednoj ustanovi u kulturi u Hrvatskoj																					
<b>3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi</b>	1	Pohađanje nastave		Aktivnost na nastavi		Pismeni ispit		Usmeni ispit		Kolokviji												
<b>3.10. Ocjenjivanje studenata tijekom nastave i završnog ispita</b>	1	Seminarski rad	2	Projekt		Vježbe		Esej		Ostalo												
<b>3.10. Ocjenjivanje studenata tijekom nastave i završnog ispita</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #D3D3D3;">Vrsta ocjene</th> <th style="background-color: #D3D3D3;">Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Pohađanje nastave</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>2 Seminar</td> <td style="text-align: center;">25</td> </tr> <tr> <td>3. Projekt i prezentacija</td> <td style="text-align: center;">40</td> </tr> <tr> <td>4. Vježbe na terenskoj nastavi</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> <tr> <td><b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b></td> <td style="text-align: center;"><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table>										Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohađanje nastave	5	2 Seminar	25	3. Projekt i prezentacija	40	4. Vježbe na terenskoj nastavi	30	<b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b>	<b>100</b>
Vrsta ocjene	Bodovi																					
1. Pohađanje nastave	5																					
2 Seminar	25																					
3. Projekt i prezentacija	40																					
4. Vježbe na terenskoj nastavi	30																					
<b>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</b>	<b>100</b>																					



### 3.11. Obvezna literatura

1. Skledar, N. (2002). *Osnove znanosti o kulturi*. Zaprješić: VŠPU Baltazar Adam Krčelić

### 3.12. Dopunska literatura

1. Cutlip, S.M.; Center, A. H.; Broom G. M. (2003). *Odnosi s javnošću*. Zagreb: Mate.
2. Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Boston: Harvard Business School.
3. Kaiser, M. M. (2008). *The Art of the Turnaround – Creating and maintaining healthy arts organisations*. Waltham, Massachusetts: University Press of New England

### 3.13. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa