



SILABUS KOLEGIJA

Akademска година 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Vizualno komuniciranje						
1.2. Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij Upravljanje odnosima s javnošću						
1.3. Kratica kolegija	VIKOM						
1.4. Šifra kolegija	PRM22224						
1.5. Status kolegija	Izborni						
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
Vrsta nastave	Ukupno sati						
Predavanja	15						
Vježbe	15						
1.7. Godina studija	2.						
1.8. Semestar	4. / ljetni						
1.9. ECTS	5						
1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu						

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Sanja Rocco	2.6. Suradnici na predmetu
2.2. Akademski stupanj	Dr.sc.	2.7. Akademski stupanj
2.3. Zvanje	Viši predavač	2.8. Zvanje
2.4. Kontakt e-mail	sanja.rocco@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija *Vizualno komuniciranje* upoznavanje s područjima dizajna vizualnih komunikacija, fazama kreativnog procesa, te osnovnim načelima i metodama vizualnog komuniciranja. Kod studenata se kroz vježbe prvenstveno razvija kreativan način promišljanja. Potiče se timski i interdisciplinarni rad, a time se omogućava stvaranje inovativnih rješenja u području vizualnih komunikacija ali i šire, s mogućnošću primjene u različitim poslovnim situacijama.

3.2. Uvjeti za upis

Nema uvjeta za upis kolegija.



3.3. Ishodi učenja

- I1: Usporediti i kritički evaluirati rješenja vizualnih komunikacija.
- I2: Osmisliti i implementirati kreativna rješenja.
- I3: Formulirati strategije vizualnog komuniciranja.
- I4: Upravljati projektima vizualnih komunikacija.

3.4. Sadržaj kolegija

1. Uvodno predavanje: o kolegiju, načinu izvođenja nastave, ciljevima i obvezama studenata
2. Pojam vizualnog komuniciranja u kontekstu dizajna
3. Povijest vizualnih komunikacija, pojam semiotike
4. Dizajn vizualnih komunikacija – područja i osnovni elementi
5. Kreativni dizajnerski proces.
6. Vizualni jezik: simbol, slika i tipografija. Estetika.
7. Osnovna načela dizajna i njihova primjena (analiza u praksi)
8. Logotip i znak, vizualni identitet.
9. Plakat, izdavaštvo.
10. Oglasavanje i drugi oblici promocije.
11. Fotografija i multimedia. Digitalni kontekst.
12. Dizajnersko promišljanje (*design thinking*) – primjena metode
13. Dizajn digitalnih interaktivnih komunikacija – analiza primjera.
14. Trendovi u vizualnim komunikacijama. Primjeri dobre prakse
15. Kolokvij

3.5. Vrste izvođenja nastave

X	Predavanja	X	Vježbe		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad
	Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu	X	Samostalni zadaci		Laboratorij		Ostalo

3.6. Jezik izvođenja

Hrvatski jezik

3.7. Obveze studenata

Nastava se provodi kao kombinacija teorije, kritičke analize poslovnih slučajeva i vježbi. Redovito pohađanje nastave značajno olakšava svladavanje programa kolegija, te omogućava pristup kolokviju. Na vježbama se timski obrađuju teme iz područja vizualnih komunikacija, te iznalaze kreativna rješenja primjenom raznih dizajnerskih metoda i postavljaju strategije. Nastava je interaktivna, a timovi svoje prijedloge prezentiraju. Obveza za pristup završnom ispitu je samostalna obrada određene teme u formi seminara.

3.8. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi

1	Pohađanje nastave		Pismeni ispit		Seminarski rad	1	Kolokvij	1	Projekt
	Aktivnost na nastavi	1	Usmeni ispit		Istraživanje		Esej	1	Ostalo

3.9. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita

Vrsta ocjene	Bodovi
1. Pohađanje nastave	5
2. Aktivnost na nastavi	10
3. Vježbe/ Projekti	30
4. Samostalne zadaće	10
5. Završni ispit	30
6. Usmeni ispit	15
Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100



3.10. Obvezna literatura

1. Frascara, J. (2004): Communication design, principles, methods, practice, Allworth Press (dostupno u Bernays digitalnoj biblioteci)
2. Lidwell, W.; Holden, K.; Butler, J. (2014): *Univerzalna načela dizajna*, Mate, Zagreb (dopunjeno izdanje)
3. Rocco, S. (2015): *Upravljanje proizvodom, kreiranje marke i dizajn*, el. udžbenik, Visoka poslovna škola Zagreb (4. poglavlje: Dizajn), dostupno na: <https://pvzg.hr/nastavni-materijali/>

3.11. Dopunska literatura

1. Ambrose, G. (2015): Design Thinking for Visual Communication, Fairchild Books, Bloomsberry
2. Baldwin, J., Roberts, L. (2006): *Visual Communication: From Theory to Practice*, AVA Publishing
3. Kapetanović, Z. (2007): *Dizajn vizualnih komunikacija*, Sveučilište u Zagrebu Arhitektonski fakultet – Studij dizajna, izvor: <http://www.ziljak.hr/tiskarstvo/tiskarstvo07/Radovi%2007htm/Kapetanovic.html>
4. Muller, M., G. (2007): What is Visual Communication?, *Studies in Communication Sciences* 7/2 (2007) 7–34
5. Paić, Žarko (2008): *Vizualne komunikacije – uvod*, Centar za vizualne studije Zagreb
6. Petrić, Mirko: *Dizajn i vizualne komunikacije* (el. skripta), UMAS, Split, dostupno na: http://www.umas.unist.hr/~vidos/prva_godina/prvi_semestar/skripte/petric_dim.pdf
7. Šverko, Ivana (2003): *O dizajnu; teorija i povijest dizajna*, Umjetnička akademija sveučilišta u Splitu, Split, (el. skripta, dopunjeno izdanje), dostupno na: <https://www.umas.hr/html/sverko.pdf>
8. Yates, D., Price, J. (2015): *Communication Design – Insight from the Creative Industries*, Fairchild Books, Bloomsberry
9. Vukić Feđa, Margolin, Victor (2009): *Hrvatski dizajn sad*, Croatian Design Now, Upi2M, Zagreb
10. Antoljak, V.; Kosović, M. (2018): Design Thinking za nedizajnere - kako riješiti poslovne probleme i uspješno inovirati, Školska knjiga, Zagreb
11. Rocco, S. (2015): Creative Design Thinking as a Managerial Approach, Communication Management Forum 2015 Book of Proceedings - Reconciling the Traditional and Contemporary: The New Integrated Communication, Verčić, Jugo, Ciboci (Eds), Edward Bernays College of Communication Management, pp. 334-348

3.12. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa