



Detailed Course Syllabus

Academic year:

2024/2025

Semester:

Winter semester

Study programme:

Komunikologija -
Znanstveno istraživanje
medija i odnosi s
javnošću (R)

Year of study:

1

I. BASIC COURSE INFORMATION

Name: Medijski menadžment

Status: Compulsory

ECTS: 4

Code: 186870

Total Course Workload

Teaching Mode

Total Hours

Lecture

30

Seminar

15

Class Time and Place: HKS - according to the published schedule

II. TEACHING STAFF

Course Holder

Name and Surname: Poljak Josip

Academic Degree:

Contact E-mail:

josip.poljak@unicath.hr

Telephone:

Office Hours: According to the published schedule

Course Assistant

III. DETAILED COURSE INFORMATION

Teaching Language: Hrvatski

Course Description	U skladu s trendom ulaganja u razvoj kreativnih industrija i digitalizacije te konvergencijom i transformacijom medijskog tržišta, a radi neophodno potrebnog praćenja ekonomskog razvoja i usmjeravanja mladih generacija koje odrastaju na novim tehnologijama i trendovima potrebno je da studenti steknu menadžerska znanja i vještine za upravljanje medijima. Izuzev stjecanja osnovnog znanja o menadžmentu, interdisciplinarnost predmeta Medijski menadžment studentima će omogućiti i kreativan spoj menadžerskog upravljanja, poslovnog komuniciranja te organizacije medija kao preduvjeta za uključivanje u suvremene ekonomske tokove. Ukupan financijski rezultat medijske organizacije ovisi o rezultatima prodaje, a uspješna prodaja ovisi o adekvatnoj marketinškoj strategiji te će se studente upoznati s prodajnim i marketinškim strategijama i procesima. Kako bi ostvarili zadane rezultate poslovanja medijskih organizacija studenti će naučiti izraditi plan poslovanja kao i načine praćenja realizacije plana. Namjera je kod studenata razviti razumijevanje menadžerskih funkcija, vještina i kvalifikacija te kroz praktične primjere studente uvesti u svijet menadžmenta medija kako bi bolje mogli razumjeti proces stvaranja i komercijalizacije medijskog proizvoda u eri globalizacije.
Educational Outcomes	Procijeniti strukturu, upravljanje i procese koji okružuju medijsku industriju. Razlikovati obilježja kvalifikacije i vještina za uspješno vođenje medijske organizacije. Klasificirati metode, tehnike i strategije menadžerskog odlučivanja u medijima. Analizirati prodajne i marketinške strategije i procese. Osmisliti plan poslovanja i pratiti realizaciju. Prezentirati komunikacijske vještine potrebne za funkcioniranje u poslovnom okruženju medijske industrije. Povezati osnovne tehnike i alate za efikasno upravljanje ljudskim resursima u medijima.
Student obligations	Textbooks and Materials
Required	Nastavni materijali s predavanja (powerpoint prezentacije i drugi dokumenti) Buble, M. (2006). <i>Osnove menadžmenta</i>. Zagreb: Sinergija nakladništvo. (odabrana poglavlja) Rouse M.J., Rouse S. (2005). <i>Poslovne komunikacije</i>. Zagreb: Masmedia. (odabrana poglavlja) Dessler, G. (2015). <i>Upravljanje ljudskim potencijalima</i>. Zagreb: Mate. (odabrana poglavlja) Dobrinčić, D., Gregurec, I. (2016) Integrirani marketing. Varaždin: FOI. (odabrana poglavlja)
Supplementary	Sikavica, P., Bahtijarević Šiber, F. i Pološki Vokić, N. (2008). <i>Temelji menadžmenta</i> Zagreb: Školska knjiga (odabrana poglavlja) Picard, R.G. (2011). <i>Economics and Financing of Media Companies</i>, 2nd ed. New York: Fordham University Press. Lawson-Borders, G. (2003) 'Integrating New Media and Old Media', The International Journal on Media Management 5(2): 91-9. Vukanovic, Z. (2009) 'Global Paradigm Shift: Strategic Management of New and Digital Media in New and Digital Economics', The International Journal on Media Management 11(2): 81-90.
Examination and Grading	Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam 1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu; 2. Seminarsko izlaganje 3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na nastavi i na dva kolokvija

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:

dovoljan (2) – 50-64 bodova

dobar (3) – 65-79 bodova

vrlo dobar (4) – 80-89 bodova

izvrstan (5) – 90 i više bodova

Examination Manner

Način stjecanja ocjene:

a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

1) seminarsko izlaganje – max. 20 bodova;

2) 1. kolokvij – max. 25 bodova;

3) 2. kolokvij – max. 25 bodova;

b) Završni ispit – 30% ocjene

4) završni ispit – max. 30 bodova

Grading Manner

1. **Nastavne aktivnosti** – seminarsko izlaganje; 1.kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni);

2. **Završni ispit** (usmeni).

Detailed Overview of Grading within ECTS

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJEN (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Seminarsko izlaganje	0.6	20
Kolokvij-međuispit	0.7	25
Kolokvij-međuispit	0.7	25
Ukupno tijekom nastave	3.2	70
Završni ispit	0.75	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	3.95	100

Midterm exam dates:

Exam period dates:

IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE

[Predavanja]

#	Topic
1	Uvod u menadžment
2	Osnove medijskog menadžmenta
3	Menadžeri i menadžment u medijima
4	Menadžment u tiskanim i elektronskim medijima
5	Medijski menadžment i globalizacija
6	Kolokvij 1
7	Medijska regulativa
8	Poslovanje medija
9	Marketing medija
10	Upravljanje ljudskim resursima
11	Poslovno komuniciranje i organizacijsko ponašanje
12	Kolokvij 2

[Seminari]

#	Topic
1	Seminarska nastava 1
2	Seminarska nastava 2
3	Seminarska nastava 3
4	Terenska nastava 1
5	Terenska nastava 2