



# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**  
2025/2026

**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](mailto:josip.poljak@unicath.hr)

**Telephone:**

**Office Hours:** According to the published schedule

*Course Assistant*

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Course Description      | <p>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.</p> <p>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.</p> |
| Educational Outcomes    | <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Student obligations     | Textbooks and Materials                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Required                | <p>Nastavni materijali s predavanja (powerpoint prezentacije i drugi dokumenti)</p> <p>Buble, M. (2006). <i>Osnove menadžmenta</i>. Zagreb: Sinergija nakladništvo.</p> <p>(odabrana poglavlja)</p> <p>Rouse M.J., Rouse S. (2005). <i>Poslovne komunikacije</i>. Zagreb: Masmedia.</p> <p>(odabrana poglavlja)</p> <p>Dessler, G. (2015). <i>Upravljanje ljudskim potencijalima</i>. Zagreb: Mate.</p> <p>(odabrana poglavlja)</p> <p>Dobrinčić, D., Gregurec, I. (2016) Integrirani marketing. Varaždin: FOI. (odabrana poglavlja)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Supplementary           | <p>Sikavica, P., Bahtijarević Šiber, F. i Pološki Vokić, N. (2008). <i>Temelji menadžmenta</i> Zagreb: Školska knjiga (odabrana poglavlja)</p> <p>Picard, R.G. (2011). <i>Economics and Financing of Media Companies</i>, 2nd ed. New York: Fordham University Press.</p> <p>Lawson-Borders, G. (2003) 'Integrating New Media and Old Media', The International Journal on Media Management 5(2): 91-9.</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Examination and Grading | <p><b>Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Redovito pohađanje nastave</b> – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu;</li> <li>2. <b>Seminarsko izlaganje</b></li> <li>3. <b>Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti</b> – kumulativno ostvareno na nastavi i na dva kolokvija</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

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<br>opterećenja studenata | UDIO<br>OCJEN<br>(%) |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------|
| Pohađanje nastave                        | 1.2                                                | 0                    |
| Seminarsko izlaganje                     | 0.6                                                | 20                   |
| Kolokvij-međuispit                       | 0.7                                                | 25                   |
| Kolokvij-međuispit                       | 0.7                                                | 25                   |
| <b>Ukupno tijekom nastave</b>            | <b>3.2</b>                                         | <b>70</b>            |
| Završni ispit                            | 0.75                                               | 30                   |
| <b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b> | <b>3.95</b>                                        | <b>100</b>           |

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  | Medijska regulativa                               |
| 7  | Poslovanje medija                                 |
| 8  | Marketing medija                                  |
| 9  | Upravljanje ljudskim resursima                    |
| 10 | Poslovno komuniciranje i organizacijsko ponašanje |

### *[Seminari]*

| # | Topic                |
|---|----------------------|
| 1 | Seminarska nastava 1 |
| 2 | Seminarska nastava 2 |
| 3 | Terenska nastava     |
| 4 | Kolokvij 1           |
| 5 | Kolokvij 2           |