



# MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU POLYTECHNIC OF MEĐIMURJE IN ČAKOVEC

## SYLLABUS KOLEGIJA

AKADEMSKA GODINA: 2023./2024.

### 1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

<b>1.1. Naziv kolegija</b>	<b>Odnosi s javnošću i lobiranje u turizmu i sportu</b>			
<b>1.2. Studijski program/i</b>	Stručni diplomski studij Menadžment turizma i sporta			
<b>1.3. Status kolegija (O, I)</b>	Izborni	<b>1.6. Način izvođenja nastave (broj sati)</b>	<b>Predavanja</b>	15
<b>1.4. Šifra kolegija</b>			<b>Vježbe</b>	30
<b>1.5. Kratica kolegija</b>	OJL		<b>Seminar</b>	
<b>1.6. Semestar</b>	II.		<b>E-učenje</b>	
<b>1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	4	<b>1.7. Mjesto i vrijeme održavanja nastave</b>	Prostorije Međimorskog veleučilišta u Čakovcu, prema rasporedu objavljenom na internetskim stranicama	

### 2. NASTAVNO OSOBLJE

<b>2.1. Nositelj/i-zvanje</b>	Mr. sc. Željko Blagus, predavač	<b>kontakt</b>	zblagus@mev.hr
		<b>kontakt</b>	
<b>2.2. Asistent/i-zvanje</b>		<b>kontakt</b>	
		<b>kontakt</b>	
<b>2.3. Izvođač/i-zvanje</b>		<b>kontakt</b>	
		<b>kontakt</b>	

### 3. OPIS KOLEGIJA

<b>3.1. Ciljevi kolegija</b>	Cilj predmeta je razumijevanje značaja i sfera utjecaja odnosa s javnošću i lobiranja za stvaranje dobrih odnosa s relevantnim kategorijama i javnostima, odnosno shvaćanje koristi odnosa s javnošću i lobiranja kao instrumenata strateškog komuniciranja te njihove uloge u uspostavljanju pozitivnog imidža u turizmu i sportu.									
<b>3.2. Uvjeti za upis i polaganje kolegija</b>	Nisu predviđeni posebni uvjeti.									
<b>3.3. Ishodi učenja</b>	<b>Nakon položenog kolegija očekuje se da će studenti u određenoj mjeri moći:</b> I1 - Procijeniti poziciju i aktivnosti odnosa s javnošću i lobiranja u turizmu i sportu; I2 - Procijeniti kategorije ciljnih javnosti; I3 - Procijeniti razinu važnosti odnosa s javnošću i lobiranja u stvaranju identiteta i imidža u turizmu i sportu; I4 - Provesti postupak pripreme informacija i stručnog mišljenja; I5 - Objasniti mjere kako stvoriti naklonost donositelja odluka.									
<b>3.4. Sadržaj kolegija</b>	Predavanja se bave sagledavanjem kompleksnosti stvaranja odnosa sa javnošću i ulogom određenih komunikacijskih vještina u tom procesu.									
<b>3.5. Vrste izvođenja nastave</b>	x	Predavanja	x	Vježbe		Mješovito e-učenje	x	Samostalni zadaci		Laboratorij
		Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad
		Ostalo:								
<b>3.6. Jezik izvođenja</b>										
<b>3.7. Praćenje rada studenata (upisati)</b>		Pohađanje nastave		Seminarski rad		Esej				
	1,5	Aktivnost na nastavi	1,5	Projekt		Referat				

<b>broj ECTS bodova za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti kolegija, 1 ECTS = 30 sati)</b>		Kolokviji		Praktični rad		Kontinuirana provjera znanja																																																						
	1	Pisani ispit		Eksperimentalni rad																																																								
		Usmeni ispit		Istraživanje																																																								
<b>3.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Specifikacija aktivnosti</th> <th>Postotak %</th> <th>Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Vrednovanje tijekom nastave</td> </tr> <tr> <td>Aktivnost na nastavi</td> <td>20%</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Seminarski rad/ projekt/ esej</td> <td>20%</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Kolokvij 1</td> <td>30%</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Kolokvij 2</td> <td>30%</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali</td> </tr> <tr> <td>Pismeni ispit</td> <td>60%</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td><b>Ukupno:</b></td> <td><b>100%</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table>						Specifikacija aktivnosti	Postotak %	Bodovi	Vrednovanje tijekom nastave			Aktivnost na nastavi	20%	20	Seminarski rad/ projekt/ esej	20%	20	Kolokvij 1	30%	30	Kolokvij 2	30%	30	Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali			Pismeni ispit	60%	60	<b>Ukupno:</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>																											
Specifikacija aktivnosti	Postotak %	Bodovi																																																										
Vrednovanje tijekom nastave																																																												
Aktivnost na nastavi	20%	20																																																										
Seminarski rad/ projekt/ esej	20%	20																																																										
Kolokvij 1	30%	30																																																										
Kolokvij 2	30%	30																																																										
Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali																																																												
Pismeni ispit	60%	60																																																										
<b>Ukupno:</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>																																																										
<b>3.9. Kriteriji ocjenjivanja –razrada po ishodima</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Način polaganja ishoda</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Aktivnost u nastavi</th> <th>Kolokvij 1</th> <th>Kolokvij 2</th> <th>Praktični rad</th> <th>Ukupno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ishod 1</td> <td>4</td> <td>10</td> <td></td> <td></td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Ishod 2</td> <td>4</td> <td>10</td> <td></td> <td>5</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Ishod 3</td> <td>4</td> <td>10</td> <td></td> <td>5</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Ishod 4</td> <td>4</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Ishod 5</td> <td>4</td> <td></td> <td>10</td> <td>10</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Izvan ishoda</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Ukupno</b></td> <td><b>20</b></td> <td><b>30</b></td> <td><b>30</b></td> <td><b>20</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Bodovanje ishoda (da bi položio kolokvij/ispit student mora ostvariti najmanje 50% bodova za svaki ishod učenja)</p> <p>Bodovi   Ocjena</p> <p>89 – 100 Izvrstan (5)</p> <p>76 – 88 Vrlo dobar (4)</p> <p>63 – 75 Dobar (3)</p> <p>50 – 62 Dovoljan (2)</p> <p>0 – 49 Nedovoljan (1)</p>						Način polaganja ishoda							Aktivnost u nastavi	Kolokvij 1	Kolokvij 2	Praktični rad	Ukupno	Ishod 1	4	10			14	Ishod 2	4	10		5	19	Ishod 3	4	10		5	19	Ishod 4	4		20		24	Ishod 5	4		10	10	24	Izvan ishoda						<b>Ukupno</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>100</b>
Način polaganja ishoda																																																												
	Aktivnost u nastavi	Kolokvij 1	Kolokvij 2	Praktični rad	Ukupno																																																							
Ishod 1	4	10			14																																																							
Ishod 2	4	10		5	19																																																							
Ishod 3	4	10		5	19																																																							
Ishod 4	4		20		24																																																							
Ishod 5	4		10	10	24																																																							
Izvan ishoda																																																												
<b>Ukupno</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>100</b>																																																							
<b>3.10. Specifičnosti vezane uz polaganje kolegija</b>	<p>Ispit se polaže putem kolokvija (2 kolokvija) ili na nekom od ispitnih rokova. Jednom ostvareni bodovi na kolokviju za svaki ishod učenja više se ne brišu osim u slučaju da sam student odluči popravljati rezultat za pojedini ishod učenja, pri čemu se do tada osvojeni bodovi brišu i upisuju se novo ostvareni bodovi za taj ishod učenja.</p> <p>Studenti koji nisu kolokvirali pristupaju pismenom dijelu ispita gdje se provjeravaju svi ishodi učenja</p>																																																											
<b>3.11. Obveze studenata</b>	<p>Redovni studenti dužni su prisustvovati na najmanje 70% od ukupnog broja sati predavanja i vježbi kako bi ostvarili pravo izlaska na ispit.</p> <p>Izvanredni studenti dužni su prisustvovati na najmanje 30% od ukupnog broja sati predavanja i vježbi da bi ostvarili pravo izlaska na ispit.</p> <p>Ukoliko student nije ispunio sve obveze predviđene kolegijem, dužan je ponovno pohađati predavanja i ispuniti uvjete za pristupanje ispitu.</p> <p>Dolaznost se može nadoknaditi online konzultacijama, organiziranim webinarima te dodanim zadacima zadanim od strane nastavnika. Jedan nastavni sat traje 45 minuta, a više sati čine nastavnu cjelinu. Izostanak s jedne nastavne cjeline broji se kao jedan izostanak. Kašnjenja i ispričnice se bilježe zasebno. U tom slučaju da je student izostao s više od 50% nastave, a</p>																																																											

	ima opravdan razlog/ispriku treba predati zahtjev Vijeću odjela koje potom odlučuje o opravdanosti studentskih izostanaka uz obvezno mišljenje nositelja kolegija.	
<b>3.12. Pisani radovi</b>		
<b>3.13. Obvezna literatura</b>	1.	Tomić, Z. (2016). Odnosi s javnošću – teorija i praksa, Zagreb, Synopsis
	2.	Vidačak, I. (2007). Lobiranje – Interesne skupine i kanali utjecaja u Europskoj uniji, Zagreb, Planetopija,
<b>3.14. Dopunska literatura</b>	1.	Verčić, A. T. (2016). Odnosi s javnošću, Zagreb, Hrvatska udruga za odnose s javnošću
	2.	Cottle, S. (2009). Informacije, odnosi s javnošću i moć, Zagreb, Naklada Medijska istraživanja
	3.	Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija, Zagreb, Opinio,

#### 4. DODATNE INFORMACIJE O KOLEGIJU

<b>4.1. Provjera kvalitete</b>	Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pisane evaluacije temeljeno na upitnicima, te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Međimurskog veleučilišta u Čakovcu.
<b>4.2. Kontaktiranje s nastavnikom</b>	Studenti mogu kontaktirati s nastavnikom tijekom termina konzultacija i za vrijeme nastave, dok se za kratka pitanja i objašnjenja mogu obratiti bilo koji dan tijekom radnog vremena dolaskom osobno ili fiksnim telefonom. Moguće je postaviti pitanja i e-mailom na koji će biti odgovoreno najkasnije za 48 sati. Poželjno je da studenti za sve nejasnoće dođu što češće na konzultacije.
<b>4.3. Informiranje o kolegiju</b>	Obveza je svakog studenta redovito se informirati o odvijanju nastave. Sve obavijesti o održavanju ili eventualnoj odgodi nastave bit će izvještene na oglasnoj ploči i na web stranici Veleučilišta minimalno 24 sati ranije.
<b>4.4. Doprinos kolegija studijskom programu</b>	Planirati i primijeniti promotivne aktivnosti u turizmu i sportu. Koristiti se informacijsko komunikacijskom tehnologijom u poslovnoj praksi za analizu, interpretiranje i prezentaciju podataka. Kritički evaluirati argumente, pretpostavke i podatke u cilju stvaranja mišljenja i pridonosa rješavanju problema.

#### 5. RAZRADA TEMATSKIH CJELINA (broj razrađenih sati istovjetan je broju predavanja i vježbi kolegija)

PREDAVANJA				
Sati	Tema i opis predavanja	Metoda rada	Ishodi učenja predavanja	Ishod učenja kolegija
1.	Uvod u kolegij - definiranje, ciljevi i zadaci odnosa s javnošću i lobiranja u turizmu i sportu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izravno poučavanje (izlaganje, instrukcija, pp prezentacija)</li> <li>• Učenje otkrivanjem (samostalno, vođeno, rasprava, debata)</li> <li>• Grupno/suradničko učenje</li> <li>• studija slučaja</li> <li>• terenska nastava...</li> </ul>	Zaključiti da su odnosi s javnošću i lobiranje značajni	11

			oblici komunikacije u turizmu i sportu	
2.	Vrste odnosa s javnošću	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Kreirati najprikladniji pristup za uspostavu i održavanje odnosa s javnošću	11
3.	Komunikacija kroz odnose s javnošću i lobiranje	Izlaganje, grupno učenje, pp prezentacija, rasprava	Osmisliti ispravni način komuniciranja u odnosima s javnošću i lobiranjem	11, 12
4.	Odnosi s medijima kao važan aspekt odnosa s javnošću	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Kritički i konstruktivno prosuđivati ulogu medija	11, 12
5.	Priprema informacija i stvaranje poruke	Grupno učenje, pp prezentacija, rasprava	Procijeniti utjecaj informacija i poruka u odnosima s javnošću	11, 12
6.	Identitet kao važan čimbenik uspješnosti odnosa s javnošću i lobiranja u turizmu i sportu	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Predložiti načine promocije identiteta	13
7.	Uloga odnosa s javnošću i lobiranja u stvaranju imidža u turizmu i sportu	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Osmisliti načine stvaranja dobrog imidža	13
8.	Kolokvij		Potvrda ishoda I1, I2, I3	
9.	Upravljanje odnosima s javnošću	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Izabrati opcije s kojima se postiže kontrola nad procesom komunikacije s javnošću	14
10.	Javnost, različite javnosti i javno mnijenje	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Predložiti segmentiranje javnosti radi lakšeg praćenja i ocjenjivanja javnog mijenja	14, 15
11.	Lobiranje kao specifično i ciljno usmjereno komunikacijsko djelovanje	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Procijeniti utjecaj i prioritete kod lobiranja	14, 15
12.	Provođenje kampanje lobiranja	Vođeno učenje otkrivanjem, pp prezentacija, rasprava	Kreirati i prezentirati kampanju lobiranja	14, 15
13.	Rješavanje konfliktnih situacija u odnosima s javnošću i lobiranjem	Izlaganje, vođeno učenje otkrivanjem, pp prezentacija, rasprava	Osmisliti načine rješavanja konflikata	15
14.	Odnosi s javnošću i lobiranje u funkciji promocije turističkih i sportskih događanja	Izlaganje, pp prezentacija, rasprava	Predložiti načine odnosa s javnošću i lobiranja s kojima će se utjecati na mišljenje i odluke posjetitelja	15

			turističkih ili sportskih događanja	
15.	Kolokvij		Potvrda ishod I4, I5	
<b>VJEŽBE/ SEMINARI</b>				
Sati	Tema i opis predavanja	Metoda rada	Ishodi učenja predavanja	Ishod učenja kolegija
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• izravno poučavanje (izlaganje, instrukcija, pp prezentacija)</li> <li>• Učenje otkrivanjem (samostalno, vođeno, rasprava, debata)</li> <li>• Grupno/suradničko učenje</li> <li>• studija slučaja</li> <li>• terenska nastava...</li> </ul>		
1.	Posao i poželjne osobine stručnjaka za odnose s javnošću	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Procijeniti poželjne osobine stručnjaka za odnose s javnošću	I1
2.	Uloga timskog rada u odnosima s javnošću i lobiranju	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Izabrati tim ljudi koji će moći pružiti uslugu kada je to potrebno	I1
3.	Ključne pretpostavke uspješne komunikacije	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Preispitati relevantne informacije za uspjeh komunikacije	I1, I2
4.	Ključne razlike između novinarstva i profesije odnosa s javnošću	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja,	Izabrati načina na koji se može osvojiti javna pažnja	I1, I2
5.	Kreiranje poruke – što i kako reći	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Preispitati potrebne prilagodbe poruke pojedinim medijima	I1, I2
6.	Upravljanje identitetom: polazište za stvaranje dojma	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Preporučiti pristup za stvaranje pozitivnog dojma	I3
7.	Osobnost i stil kao važni čimbenici imidža	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Preporučiti pristup komunikaciji koja će stvoriti dobar imidž	I3
8.	Priprema za nastup pred javnošću	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Stvoriti i voditi prezentaciju koja može uvjeriti javnost u promoviranu ideju	I1, I2, I3
9.	Realizacija komunikacijskog potencijala	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Ustanoviti kako se snaći u konkretnim situacijama i prilagoditi se onome što drugi očekuju	I4
10.	Umijeće razgovora kao osnovni alat ljudske komunikacije	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Ustanoviti kako govoriti jasno, konkretno i sažeto	I4, I5
11.	Učesnici u procesu lobiranja	Grupno učenje, pp prezentacija, studija slučaja	Zauzeti potreban stav u lobiranju	I4, I5
12.	Stvaranje strategije lobiranja	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Izabrati strategiju s kojom je moguće	I4, I5

			riješiti određeni problem	
<b>13.</b>	Upravljanje teškoćama u odnosima s javnošću i lobiranju	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Preispitati potrebne prilagodbe raznim problematičnim situacijama	15
<b>14.</b>	Značaj odnosa s javnošću i lobiranja u usklađivanju između strana uključenih u turističko ili sportsko događanje	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Ocijeniti važnost ciljanog, usmjerenog i programiranog komunikacijskog djelovanja prema javnostima	15
<b>15.</b>	Uspjeh odnosa s javnošću i medijima, kao i kod lobiranja, vezan je uz postavljanje prioriteta	Studija slučaja, pp prezentacija, rasprava	Predložiti načine kako identificirati želje i kako izgraditi odnose	14, 15