

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENTA I PRODUKCIJE U KULTURI

CILJEVI KOLEGIJA I ISHODI UČENJA

Povijest hrvatske kulture

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studentice i studente s relevantnim fenomenima iz povijesti pisma i hrvatske kulture (tiskarstva, knjižarstva, knjižničarstva, arhiva, muzeja, nakladništva) te ih kroz prilagođenu i osuvremenjenu retoriku znanosti uvesti u svijet akademskoga pisma.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti pojmove vezane uz kulturu i kulturnu baštinu
2. razlikovati ulogu kulturnih ustanova za očuvanje kulturne baštine
3. raspraviti o povijesti knjige, knjižnica, čitanja i nakladništva
4. preispitati hrvatsku pisanu kulturu
5. razlikovati o invenciji, dispoziciji i argumentaciji
6. ispitati elokuciju
7. utvrditi citat i citiranje.

Ekonomika kulture

Ciljevi kolegija

Kolegij pomaže studentima u razumijevanju tržišnih uvjeta u kojima posluju kulturni subjekti, pretpostavkama koje moraju biti ispunjene radi realizacije poslovne aktivnosti zbog koje su osnovani, troškovima i vrstama troškova koji se javljaju te poslovnim rezultatima koje ostvaruju. Kolegij daje odgovore na pitanja o kulturi i umjetnosti, muzici, filmu i književnosti koristeći se znanjima i metodama iz ekonomije. Studenti se osposobljavaju za utvrđivanje i upravljanje troškovima radi ostvarivanja boljih uspješnih rezultata, izračunavanjem cijene koštanja i pokazatelja uspješnosti poslovanja, a sve u svrhu identificiranja snage i slabosti subjekta kojemu je kultura i umjetnost osnovna djelatnost. Također, kolegij ima za cilj:

- definirati i upoznati studente s osnovnim pojmovima iz kulture i ekonomije;
- utvrditi značaj analize zakonitosti i posebnosti tržišta kulture u odnosu na ostala tržišta;
- izučavanje ekonomskih i razvojnih aspekata kulture;
- povezivanje osnovnih načela ekonomske teorije i analize s ekonomskim procesima koje inicira kultura;
- usvajanje konceptualnih znanja za uočavanje različitih utjecaja kulture na gospodarski sustav te mjerenje i analiziranje ekonomskih učinaka kulture;
- dijagnosticiranje različitih problema na koja se nailazi na tržištu kulture te pronalaženje adekvatnih rješenja za utvrđene probleme.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. raščlaniti osnovne pojmove kulture i ekonomike
2. utvrditi različite probleme s kojima se susreću kulturni subjekti na tržištu u ostvarivanju poslovnog rezultata.
3. klasificirati vrste troškova i utvrditi dinamiku troškova, te izračunati cijenu koštanja
4. prosuditi upotrebljivost metoda razdvajanja troškova, obračuna poslovanja, i posebnih ekonomika poduzeća (ekonomika resursa, ekonomika funkcija i ekonomika investicija).
5. razlikovati mjere uspješnosti i utvrditi adekvatna rješenja za probleme u poslovanju
6. kritički prosuditi primjenjivost temeljnih ekonomskih načela i praktičnih metoda za pripremu poslovnih odluka u poduzeću.
7. utvrditi adekvatna rješenja za probleme u poslovanju.

Osnove menadžmenta i poduzetništva u kulturi

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija jest omogućiti studentima razumijevanje menadžerskih koncepata te kompleksne uloge i zadatke menadžmenta i poduzetništva u kulturi u suvremenom okruženju. Specifični ciljevi predmeta jesu: upoznavanje studenata s rastućim značajem i mogućnostima, ali i problemima i ograničenjima poduzetništva u kulturi određene nacionalne ekonomije, stjecanje znanja o gospodarskim i društvenim preduvjetima uspješnosti poslovanja i razvoja kulturnih projekata u Republici Hrvatskoj, o pokretanju kulturnih poduhvata, o specifičnostima upravljanja troškovima, ljudskim potencijalima i rizicima poslovanja u kulturi. U sklopu kolegija pozornost će se posvetiti ovladavanju vještinama nužnima za procjenu ekonomske i društvene opravdanosti ulaganja u kulturni projekt i stjecanju znanja o mogućnostima uspješnijeg razvoja kulture u Republici Hrvatskoj. U sklopu kolegija pozornost će se posvetiti i ovladavanju i razvoju vlastitog poduzetničkog i menadžerskog potencijala i kompetencija za analizu i obavljanje menadžerskih poslova na različitim organizacijskim razinama i u različitim organizacijama i kulturnim institucijama.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati teorijske i praktične pojmove menadžmenta i poduzetništva u kulturi
2. razlikovati različite organizacije i pristupe menadžmentu u kulturi
3. razlikovati vrste projekata i proizvodnih faza poduzetničkih projekata u kulturi
4. ispitati projektne prijedloge u menadžmentu u kulturi
5. proračunati troškove poduzetničkih projekata u kulturi
6. poduprijeti različita događanja primjenom menadžmenta u kulturi
7. vrednovati ostvarene poduzetničke projekte u kulturi.

Medijska kultura

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija omogućiti studentima usko profiliranje u području medijske kulture s naglaskom na medije. Kroz tematske cjeline koje će biti obrađene tijekom nastave na teorijskoj i praktičnoj razini omogućit će se stručno osposobljavanje studenata za buduću suradnju i rad s kulturnim institucijama. Cilj je ovog kolegija, kroz izvođenje nastave, povezati praksu, znanost i umjetnost s naglaskom na medije te omogućiti osposobljavanje za komunikaciju s medijima. Upoznavanje s osnovnim pojmovima medijske kulture, s razvojem i vrstama medija i medijskom recepcijom. Usvajanje temeljnih spoznaja o nastanku i naravi medija, stjecanje uvida u vrednovanje medijskih proizvoda, izgrađivanje vlastitog stava i kritičkog mišljenja. Upoznavanje s temeljnim odgojno-obrazovnim i etičkim paradigmatima i problemima, posebno s obzirom na praksu zemalja EU i modelima obrazovnog pristupa fenomenu medijske kulture i odgoju za medije.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati osnovne pojmove medijske kulture
2. razlikovati medijski utjecaj
3. raspravljati o kulturnoj industriji
4. razlikovati načine komunikacije
5. izabrati opciju komuniciranja kulturnih institucija
6. argumentirati medijsku kulturu u društvu.

Osnove marketinga

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je studente postupno upoznati s osnovnim principima marketinga, ukazati na mogućnosti i ograničenja s kojima će se suočavati u marketinškim aktivnostima i osposobiti za teoretsko poznavanje i praktičnu primjenu marketinga.



Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. interpretirati temeljne marketinške pojmove i koncepte
2. raspraviti o ulozi marketinga u društvu i u organizacijama
3. vrednovati marketinška znanja i tehnike
4. formulirati konkretne marketinške probleme
5. kreirati životni ciklus proizvoda
6. klasificirati različite oblike marketinga
7. predložiti primjenu filozofiju marketing razmišljanja u svojoj okolini.

Metodologija pisanja seminara i završnog rada

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama metodologije izrade znanstvenoga i stručnoga rada, osposobiti ih za korištenje različitih istraživačkih metoda u svrhu odabira i implementacije pojedine od njih prilikom izrade završnoga rada. Osim toga, studenti će se upoznati s različitim citatnim stilovima i njihovom primjenom, što je neophodno za izradu kvalitetnoga znanstvenoga i stručnoga rada.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati znanstveno istraživanje od stručnoga istraživanja,
2. provjeriti različite izvore u prikupljanju podataka (arhive, knjižnice, baze podataka, online izvore),
3. razlikovati dva osnovna citatna stila (europski/oxfordski i američki/harvardski),
4. kreirati nacrt istraživanja,
5. sastaviti različite metode prikupljanja podataka u istraživanjima (kvalitativnim i kvantitativnim),
6. formulirati dobivene rezultate.

Dizajn: povijest i suvremenost

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija obrazovati studente da postanu osjetljivi na estetiku okoline u kojoj se svakodnevno kreću i u kojoj koriste uporabne predmete, uključujući razvijanje svijesti o kvalitetnijem okolišu i problemima koje je moguće riješiti podizanjem odgovornosti za svijet u kojem živimo. Posredstvom dizajna zainteresirati studente za oblikovanje i umjetnost kako bi im ona donijela dodatnu kvalitetu života i kako bi bolje razumjeli kretanja različitih sadržaja (estetskih, tržišnih, ekoloških itd.) unutar društvenog uređenja i, ukoliko je, moguće doprinijeli poboljšanjima koja su potrebna.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati teorijske i praktične pojmove dizajna
2. raspraviti o učinkovitosti dizajnerskih rješenja
3. provjeriti specifičnosti okruženja u kojem nastaju dizajnerska rješenja
4. diferencirati i interpretirati ključne pokrete i stilove iz područja dizajna
5. vrednovati dizajnerske projekte na tržištu.

Osnove produkcije

Ciljevi kolegija

Osposobiti studente za usvajanje specifičnih znanja o produkciji u upravljanju projektima, procesima i organizacijama u kulturi. Temeljno poznavanje svih segmenata produkcije individualnog projekta kao i upravljanja u različitim organizacijskim modelima kulturnih organizacija. U svrhu raspolaganja temeljnim znanjima i vještinama produkcije, studenti će se upoznati sa svim fazama proizvodnje, kao i s pojedinačnim obvezama i odgovornostima svih sudionika u produkciji.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati temeljne pojmove produkcije
2. usporediti različitim modelima organizacija (ustanove u kulturi, trgovačka društva, umjetničke organizacije, udruge i sl.)
3. proračunati troškove produkcije
4. analizirati financijski plan
5. usporediti i razlikovati izvore financiranja
6. izabrati opciju donacije i(li) sponzorstva
7. izdvojiti modele komunikacijskih i marketinških strategija u promociji proizvoda u kulturi.

Popularna kultura

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s golemim i dinamičnim područjem popularne kulture kroz uvid u procese stvaranja i generiranja popularnih formi i izričaja u širem povijesnom okviru, u svrhu boljeg razumijevanja kompleksnog područja popularne kulture kao važne sastavnice kulture u suvremenom društvu.

Osigurati uvid u ključne teorijske okvire, polazišta i pristupe različitih disciplina kao i dosege interdisciplinarnih istraživanja koji su imali ključnu ulogu u razumijevanju popularne kulture, određivanju konceptualnog pejzaža i strukture polja popularnog kao i relacija prema drugim kulturnim kategorijama (visokoj, narodnoj - tradicijskoj, masovnoj, medijskoj kulturi).

Kroz upoznavanje s različitim područjima očitovanja, interpretativnim metodama i na osnovu analiza tekstova i kulturnih praksi omogućiti bolje razumijevanje načina produkcije medijski generiranih značenja te važnosti popularne kulture kao prostora u kojemu se oblikuju identiteti i društvena svakodnevnica.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. analizirati fenomen popularne kulture
2. razlikovati teorijske koncepte u proučavanju popularne kulture
3. raspraviti o nastanku i generiranju popularnih formi
4. razlikovati okolnosti i načine na koji forma mediji, žanr i kontekst proizvode značenja
5. utvrditi teorijske okvire popularne kulture
6. vrednovati pojedinačne fenomene, forme i sadržaje popularne kulture
7. prosuditi o strategijama kreativnog sudjelovanja u sadržajima popularne kulture.

Osnove jezične pismenosti

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama pravopisne i gramatičke norme hrvatskoga standardnoga jezika, osvijestiti njegovu javnu uporabu uz ovladavanje glavnih obilježja temeljnih jezičnih razina: fonološke, morfološke, sintaktičke i djelomično leksikološke.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati značajke jezičnoga standarda.
2. razlikovati normativne razine hrvatskoga jezika.



3. provjeriti gramatički ustroj rečenice.
4. razlikovati jezične forme
5. argumentirati jezične razine
6. utvrditi gramatička pravila.
7. konstruirati razlike između funkcionalnih stilova hrvatskoga standardnoga jezika.

Osnove razvoja videoigara (Praktikum P1a, subspec. G)

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je studente upoznati s konceptom videoigara kao novog medija te njihov značaj u industriji zabave. Istražite različite interesne skupine i dionike unutar industrije igara, te analizirati psihološke čimbenike koji utječu na ponašanje i iskustva igrača kao glavnih dionika. Kroz predavanja, rasprave, studije slučaja i praktične vježbe studenti će steći temeljito razumijevanje ključnih elemenata i procesa uključenih u razvoj igara kroz sve zasebne elemente produkcije same igre. Dodatni je cilj detaljnije steći razumijevanje faza proizvodnje proizvoda, uključujući: kodiranje, stvaranje umjetničkih materijala, dizajn zvuka i dizajn videoigre. Sve u svrhu približavanja industrije video igara studentima kako bi ih se pripremio za uključivanje u jednu od najbrže rastućih kreativnih industrija.

Ishodi učenja

1. Razumjeti koncept novih medija i njihovu ulogu u razvoju i distribuciji igara.
2. Identificirati i analizirati različite interesne skupine i dionike unutar industrije igara.
3. Analizirati psihološke čimbenike koji utječu na ponašanje i iskustva igrača u videoigramama.
4. Istražiti osnovne tržišne čimbenike koji utječu na razvoj i uspjeh video igre.
5. Razumjeti organizacijske strukture i procesa uključenih u studije za razvoj igara.
6. Objasniti elemente i faze procesa pretprodukcije, produkcije i postprodukcije.
7. Istražiti procese potrebne za daljnji razvoj marketinškog plana videoigre.

MICE industrija (Praktikum 1b, subspec. EM)

Ciljevi kolegija

MICE, dio turističke industrije, (Meetings, Incentive, Conventions and Events/Exhibitions) je s punim pravom industrija, koja drži čak četvrtinu ukupnih globalnih putovanja odnosno dolazaka te deviznih priljeva. Studentima će se približiti pojam, značenje, važnost te način funkcioniranja MICE industrije, od teorijskog okvira do konkretnih primjera.

Sposobnosti: studenti će moći dati pregled MICE industrije, značaja MICE industrije za turizam lokalno i globalno, uz teorijski okvir i niz praktičnih primjera te vježbi

- Rješenje konkretnih problema u praksi
- Sposobnost analize dobrih i loših primjera iz prakse iz ove tematike

Ishodi učenja

1. napraviti plan izvedbe određenog MICE događanja.
2. prepoznati značaj MICE industrije za hotelijerstvo i turizam.
3. analizirati učinke MICE industrije na destinaciju, znati analizirati „dobar“ i „loš“ event,
4. napraviti detaljnu analizu nužnosti određenog eventa za određeno tržište.
5. promovirati event prema svim postulatima promocije eventa.

Poslovna komunikacija u kulturi – engleski jezik

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija razvijati tri osnovne komponente:

1. opći engleski jezik s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, izražavanje pristojnosti i stil, emfatički govor, povezanost glagolskih vremena i značenja;

2. poslovno-komunikacijske vještine, usmene i pismene, s naglaskom na vještine prezentacije, vođenja poslovnih razgovora i razgovora u širem društvenom kontekstu, vještine vođenja sastanaka i pregovaranja, odnosno vještine različitih oblika formalnog poslovnog dopisivanja;
3. jezik struke, poslovnu terminologiju s naglaskom na menadžment i produkciju u kulturi;

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. koristiti se i služiti stručnom literaturom na stranom jeziku.
2. osposobiti za razlučivanje bitnih elemenata u kompleksnom stručnom tekstu.
3. razviti sposobnost konciznog i jasnog izražavanja unutar stručnih tema te komunikacijske vještine.
4. demonstrirati kontrastivnim pristupom sposobnost uočavanja lingvističke i kulturološke razlike koje se očituju u različitim medijima.

Uvod u kulturologiju

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija istaknuti najvažnija pitanja kulturologije i prakse kulturalnih studija. S obzirom na stručno usmjerenje studija, prednost se pridaje analizi kulturnih praksi (književnost, kazalište, film, glazba, likovna umjetnost, plesna umjetnost, mediji, gospodarstvo, sport, kultura slobodnog vremena...), uočavanju njihovih obilježja, dodijeljenim značenjima i učincima u suvremenom društvu, napose na područjima marketinga i produkcije u kulturi.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati obilježja kulturalnih studija
2. usporediti obilježja kulturnih praksi i njihove učinke u kulturi
3. preispitati značajke modernog i postmodernog društva, popularne i masovne kulture
4. utvrditi glavna obilježja teorijskih pravaca u drugoj polovici 20. stoljeća, njihove predstavnike i polazišta
5. raspraviti o kulturnoj praksi i kritički je vrednovati s obzirom na njezina značenja i učinke u suvremenom društvu
6. navesti mišljenje i argumentirati svoje teorijski fundirane stavove sukladno polazištima kulturalnih studija, teorije nacije, rodne i postkolonijalne teorije.

Kulturna politika

Ciljevi kolegija

Programom predmeta studenti se trebaju upoznati s osnovnim pojmovima ključnima za razumijevanje područja kulturnih politika uključujući definiranje kulturnih politika kao dijela javnih politika. Obradit će se osnovni modeli i tipovi kulturnih politika uključujući najvažnije instrumente kulturnih politika. Analizirat će se osnovni elementi kulturnih politika (organizacija, legislativa, financiranje, sektorski pristup) te će biti objašnjeni pojedini pojmovi važni za razumijevanje suvremenog razvoja kulturnih politika kao što su decentralizacija, sudjelovanje u kulturi, kulturna raznolikost). Specifični cilj predmeta jest razumijevanje i usvajanje osnovnih znanja o instrumentima, organizaciji i strukturi hrvatske kulturne politike. U okviru predmeta studenti će se upoznati s komparativnim istraživanjima kulturnih politika kako bi mogli usporediti hrvatske prakse s odabranim primjerima iz drugih zemalja. Studenti će se upoznati s ulogom međunarodnih organizacija u formuliranju kulturnih politika s posebnim naglaskom na Europsku uniju, UNESCO i Vijeće Europe.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati osnovne pojmove i činjenice kulturne politike
2. raspraviti o modelima kulturne politike
3. razlikovati instrumente i modele kulturnih politika
4. vrednovati o međunarodnim utjecajima na promjene u kulturnim politikama
5. usporediti različite informacije sa ciljem donošenja politike kulture

6. argumentirati kulturne politike.

Interaktivni mediji video igara (Praktikum 2a, subspec. G)

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je studente upoznati s dinamičnim svijetom medija interaktivnih videoigara, fokusirajući se na duboke emocionalne veze između industrije igara i njezinih korisnika. Studenti će istražiti načine na koje umjetničke discipline oblikuju razvoj igara, šireći se izvan tradicionalnih granica kako bi istražili nove mogućnosti u dizajnu igara. Kroz kombinaciju teoretskih okvira, praktičnih vježbi i seminarskih projekata, studenti ne samo da će steći duboko razumijevanje emocionalnog utjecaja videoigara, već će također razviti vještine i znanja potrebna za stvaranje vlastitog dizajna neke igre. Tijekom tečaja studenti će naučiti analizirati i raščlanjivati elemente koji pridonose emocionalnim vezama u videoigramama, kao što su pripovijedanje priča, razvoj likova te stvaranje okruženja. Istraživat će ulogu vizualne umjetnosti, glazbe, narativnog pisanja i dizajna zvuka u poticanju tih veza, te kako se te umjetničke discipline mogu iskoristiti za stvaranje upečatljivih iskustava igranja.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Identificirati i procijeniti emocionalne veze u video igrama, razumijevajući kako one utječu na iskustva i angažman igrača.
2. Analizirati umjetničke elemente videoigara, uključujući pripovijedanje, razvoj likova, vizualni dizajn, dizajn zvuka i glazbu.
3. Primijeniti multidisciplinarnu pristupe razvoju videoigara, integrirajući različite umjetničke discipline za poboljšanje interaktivnosti medija.
4. Razmisliti o etičkim, društvenim i kulturnim implikacijama medija interaktivnih videoigara, uzimajući u obzir širi utjecaj igara na društvo.
5. Generirati inovativne ideje i koncepte za interaktivne medijske projekte, koristeći umjetničke discipline izvan okvira tradicionalnog razvoja igara.
6. Učinkovito predstaviti i komunicirati kreativne ideje i projekte, koristeći odgovarajuću terminologiju i tehnike.

Dizajn i produkcija iskustva događaja (Praktikum 2b, subspec. EM)

Ciljevi kolegija

- Upoznati studente s procesom dizajna i produkcije događaja.
- Razviti sposobnosti za planiranje i provedbu događaja s fokusom na iskustvo sudionika.
- Osposobiti studente za upravljanje različitim tehničkim, logističkim i financijskim aspektima događaja.
- Razviti kreativne vještine za stvaranje inovativnih i interaktivnih iskustava.
- Potaknuti analitičko i kritičko promišljanje o utjecaju dizajna na sudionike događaja.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Razumjeti osnovne elemente dizajna i produkcije događaja.
2. Primijeniti teorije dizajna u stvaranju iskustva sudionika.
3. Planirati i koordinirati sve aspekte produkcije događaja, uključujući prostor, tehničku opremu, logistiku i ljudske resurse.
4. Prepoznati izazove i ponuditi kreativna rješenja u dizajnu događaja.
5. Kritički analizirati i evaluirati događaje iz perspektive sudionika.

Suvremena književna kultura

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje s fenomenima intertekstualnosti i citatnosti koji su obilježili suvremenu književnu kulturu, svladavanje osnovnih pojmova iz kulture i kulturalnih studija te razumijevanje problematike kreativne industrije i nakladništva.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati osnovne pojmove suvremene književne kulture
2. razlikovati tipologije
3. usporediti citatnost
4. preispitati kolažnost
5. razlikovati različite kulture
6. raspraviti o različitim kulturama.

Menadžment kulturne baštine

Ciljevi kolegija

Upoznati studente s ishodišnim pojmovima iz područja upravljanja kulturnom baštinom, te omogućiti ovladavanje konkretnim praktičnim znanjima iz područja menadžmenta kulturne baštine u skladu sa zahtjevima tržišta.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti pojmove kulturnog dobra odnosno kulturne baštine
2. usporediti tipologiju kulturne baštine
3. preporučiti modele uspješnog upravljanja kulturnom baštinom
4. raspraviti o menadžmentu kulturne baštine
5. opisati hrvatsku kulturnu baštinu
6. vrednovati hrvatsku kulturnu baštinu.

Osnove vizualne kulture

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je suočavanje s različitim formama vizualnog imaginarija u suvremenom svijetu i uočavanje dominacije vizualnog u suvremenoj kulturi Zapada što nameće potrebu „vizualne pismenosti“, upoznavanje s vizualnim tehnologijama, recentnim teorijama i pristupima u čitanju slika, koje su od drevnih kultura do danas komunicirale značenja.

Kolegij je osmišljen kao uvođenje u područje vizualnog kroz upoznavanje s genealogijom vizualne kulture (od vizualne umjetnosti do vizualne kulture), s ključnim pojmovima s područja vizualnog, teorijama i osnovama vizualnih komunikacija. U širokom opsegu fenomena vizualne kulture - od reklama, televizije, filma, interneta, plakata i fotografija do umjetnosti u muzejima i galerijama. Analize i interpretacije uzet će u obzir vladajuće teorije s obzirom na važnost proizvodnje slika, njihove formalne i sadržajne komponente te njihovu kulturnu recepciju.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati teorijska i praktična znanja koje se odnose na vizualnu kulturu
2. razlikovati relacije između vizualne kulture i različitih područja – od umjetnosti, tehnologije do znanosti
3. razlikovati vizualne metodologije i načine interpretacije
4. vrednovati vizualno oblikovanje informacije i ulogu medija
5. prosuditi i analizirati poveznice između vizualnih fenomena, značenja i njihova društvenog konteksta.

Kreativne industrije

Ciljevi kolegija

Programom predmeta studenti se trebaju upoznati s osnovnim pojmovima ključnima za razumijevanje područja kulturnih i kreativnih industrija. U okviru predmeta analizirat će se geneza pojmova kulturnih i kreativnih industrija, obrazložiti će se najvažnija razdoblja u razvoju kreativnih industrija.

Analizirat će se pojmovi kulturne ekonomije kao i osnovni principi povezani s trgovinom kulturnim proizvodima i uslugama. Uz pregled razvoja pojedinih područja kreativnih industrija u Hrvatskoj i Europskoj uniji, analizirat će se najvažniji nacionalni i međunarodni normativni instrumenti koji uređuju područje kreativnih industrija s posebnim naglaskom na regulativu vezano uz pitanja intelektualnog vlasništva.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti osnovne pojmove vezano uz kreativne industrije
2. usporediti specifičnosti proizvodnje, distribucije i potrošnje
3. razlikovati recepcije pojedinih proizvoda i usluga
4. raspraviti o kreativnim industrijama
5. vrednovati kreativne industrije u Republici Hrvatskoj.

Produkcija i menadžment glazbeno-scenskih umjetnosti

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija studente upoznati s produkcijom, planiranjem, upravljanjem i organizacijom u segmentu glazbeno-scenske umjetnosti - od tehničke vještine upravljanja resursima preko marketinga do ostvarivanja suradnje s drugim organizacijama i pojedincima.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti osnovne pojmove specifičnoga područja produkcije i menadžmenta glazbeno-scenskih umjetnosti
2. razlikovati organizacijske modele u djelatnostima glazbeno-scenskih umjetnosti
3. usporediti načine funkcioniranja u djelatnostima glazbeno-scenskih umjetnosti
4. utvrditi radne procese u proizvodnji u glazbeno-scenskoj umjetnosti
5. smisliti nove radne procese u proizvodnji u glazbeno-scenskoj umjetnosti
6. argumentirati upotrebu digitalizacije.

Produkcija i menadžment razvoja videoigara (Praktikum 3a, subspec. G)

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je studente upoznati s različitim uključenih u proizvodnju i upravljanje razvojem videoigara, pokrivajući cijeli proces od početne ideje do postavljanja gotove igre. Studenti će steći sveobuhvatno razumijevanje kritičnih aspekata proizvodnje videoigara i upravljanja njima, što će im omogućiti učinkovito snalaženje u složenoj industriji videoigara.

Tijekom tečaja studenti će zadubiti u kreativne i tehničke aspekte razvoja igara, učeći kako transformirati koncept u potpuno realiziranu videoigru. Upoznat će se s konceptom Game Design Documenta (GDD) kao ključnog nacrtu za razvoj igre, svladavajući umijeće dokumentiranja mehanike igre, napredovanja igre, vizualnog stila, audio dizajna i narativnih elemenata. Stvaranjem GDD prototipa, studenti će steći praktično iskustvo u učinkovitom prenošenju svojih ideja i vizija razvojnom timu.

Osim kreativnih aspekata, tečaj će se fokusirati na upravljanje resursima i opsegom unutar projekta videoigre. Studenti će naučiti kako raspodijeliti i upravljati ljudskim resursima, planirati i rasporediti zadatke, te procijeniti proračune i troškove.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Razumjeti cjelokupni životni ciklus razvoja videoigara, od koncepta do plasmana.
2. Napraviti sveobuhvatan dokument o dizajnu igre (GDD) koji ocrtava ključne elemente video igre.
3. Primijeniti načela i tehnike upravljanja projektima za učinkovito upravljanje resursima i razvojnim procesima.
4. Identificirati i koristiti odgovarajuće alate i tehnologije za podršku razvoju igara i upravljanju projektima.
5. Učinkovito surađivati s multidisciplinarnim timovima kako bi se osigurala učinkovita komunikacija i koordinacija.
6. Analizirati i prilagoditi se novim trendovima i tehnologijama u produkciji videoigara.
7. Primijenite učinkovito vođenje projekta i vještine timskog rada.
8. Ocijeniti utjecaj različitih proizvodnih odluka na ukupnu kvalitetu i uspjeh videoigre.

Upravljanje događajima i projektima (Praktikum 3b, subspec. EM)

Ciljevi kolegija

Studentima će se približiti pojam, značenje, važnost, implementiranje i praćenje projektnog i event managementa, od teorijskog okvira do konkretnih primjera.

Sposobnosti: studenti će moći kreirati projektni plan te plan vođenja eventa

Rješenje konkretnih problema u praksi iz sfere projektnog i event managementa

Sposobnost analize dobrih i loših primjera iz prakse iz ove tematike

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. analizirati značaj događanja (eventa) za određenu granu poslovanja i/ili destinaciju
2. definirati projektne ciljeve
3. kreirati plan izvedbe određenog projekta (projektni plan)
4. kreirati plan provedbe događanja (event plan)
5. razlikovati management principe
6. argumentirati svrhu i ciljeve managementa te upravljanja događanjima.

Menadžment muzejsko-galerijske djelatnosti

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je osposobljavanje studenata da prepoznaju specifičnosti poslovanja u baštinskom sektoru kome pripada muzejska djelatnost kako bi mogli identificirati i primijeniti osnovna načela upravljanja u muzejima.

Specifični ciljevi su:

1. izložiti studentima zakonodavni okvir unutar kojega posluju muzeji te koje pozitivne učinke i društvene koristi muzeji proizvode
2. izložiti studentima koje modele planiranja, upravljanja i praćenja rezultata koje muzeji primjenjuju u upravljačkim procesima
3. izložiti studentima primjere dobre prakse iz područja muzejskog menadžmenta i vođenja projekata i timova

Predmet studentima omogućuje prepoznavanje i definiranje poslova muzejske djelatnosti, njezine povezanosti s područjem zaštite kulturne i prirodne baštine, obrazovanjem, urbanizmom i arhitekturom, turizmom i kreativnim industrijama.

Studenti se osposobljavaju za primjenu osnovnih načela izrade projektnog ciklusa kao bitnog alata upravljanja u muzejima.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati zakonodavni okvir u kome posluju muzeji
2. razlikovati vrste muzeja i poslove muzejske djelatnosti
3. preispitati načine poslovanja u muzejima
4. razlikovati i povezati faze projektnog ciklusa
5. raspraviti o suvremenim trendovima u muzejskoj djelatnosti.

Marketing u kulturi

Ciljevi kolegija

Kultura doprinosi duhovnom razvoju svakog pojedinca, ali i ekonomskom razvoju društva u cjelini, te analizira i potiče rješavanje društvenih problema. Cilj kolegija je osposobiti studente za specifičnosti marketinga u raznim područjima kulture: za samostalno sagledavanje, planiranje i provođenje marketinga u kulturnim projektima; za uočavanje nužnosti primjene marketinga radi uspješnog djelovanja i provođenja raznovrsnih programa institucija u kulturi, kao i izvaninstitucionalnih kulturnih projekata.

Ishodi učenja

Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija moći:

1. razlikovati marketing profitnih i neprofitnih organizacija
2. analizirati i vrednovati strategiju za kulturne projekte i programe
3. analizirati i raspraviti o marketinškom planu za kulturne projekte i programe
4. razlikovati kulturne proizvode
5. argumentirati različite metode upravljanja
6. prilagoditi različite marketinške alate specifičnim potrebama neprofitnog sektora.

Stručna praksa / Student Practice

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija da student usvoji praktična znanja i vještine koje mu omogućuju nadopunu teorijskih znanja koje je stekao ili koja stječe u nastavnom procesu, a koja kroz stručnu praksu uči primjenjivati u nastavnom radnom okruženju što ga kvalificira za rad na tržištu. Jednako tako cilj je da se student na praksi uključuje u svakodnevni rad i aktivnosti organizacije u kojoj obavlja stručnu praksu te kroz dnevne zadatke koje dobiva od mentora uči rješavati probleme i kritički pristupati zadaćama u zadanom roku.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. sastaviti hodogram rada tijekom cijele prakse
2. kreirati radne materijale za izvršavanje radnih zadataka u marketingu ili komunikacijama.
3. formulirati pisani oblik materijala u zadanom roku
4. objasniti korake u kreiranju promotivnih kampanja za određeni događaj ili proizvod.

Kulturni turizam

Ciljevi kolegija

Upoznati studente s ishodišnim pojmovima iz područja kulturnog turizma, upozoriti ih na pozitivne i negativne aspekte interakcije kulture i turizma te omogućiti ovladavanje konkretnim praktičnim znanjima iz područja upravljanja kulturnim turizmom.

Studentu omogućiti opći uvid u područje kulture i turizma, u međunarodne aspekte kulturnog turizma te ga osposobiti ga za samostalno kreiranje i vođenje kulturno-turističkih projekata.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati pojmove kulture, turizma, kulturnog turizma, održivog turizma
2. razlikovati tipologiju odnosno profil kulturnih turista
3. raspraviti o pozitivnim/negativnim aspektima interakcije kulture i turizma
4. odrediti važnost međunarodnih organizacija u kulturnom turizmu
5. izdvojiti odgovarajuće modele sustava upravljanja održivim kulturnim turizmom
6. preporučiti vještine uspješnog upravljanja projektima kulturnog turizma.

Odnosi s javnošću

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznati studente kako uspostaviti i održavati odnose na svim razinama društvenih sustava. Naučiti ih sve o području odnosa s javnošću: kako definirati temeljne pojmove te kako se praksa odvija u različitim kontekstima.

Dati im informacije o modelima koji će im pomoći u razumijevanju pojmova u praksi kao i uvesti ih u probleme suvremenih odnosa s javnošću.

Objasniti studentima kako odnosi s javnošću pomažu da se unaprijede organizacije i društvo u cjelini. Naučiti ih kako razlikovati odnose s javnošću i marketinške funkcije u organizacijama te kako razlikovati srodne pojmove. Naučiti ih kako koristiti sve dobre preduvjete uspjeha u odnosima s javnošću kao preduvjet ulaska u struku i uspjeha u njoj.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati pojmove odnosa s javnošću
2. razlikovati komunikaciju sa zaposlenicima kao dio funkcije odnosa s javnošću
3. prilagoditi komunikaciju zaposlenika sa novinarima
4. argumentirati opciju kriznog komuniciranja
5. raspraviti model odnosa s javnošću
6. vrednovati tehnike odnosa s javnošću
7. razviti internu i eksternu komunikaciju.

Virtualna kultura (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija-radionice upoznati studente s mogućnostima koje pružaju nove informacijske i komunikacijske tehnologije u 21. stoljeću na području kulture. Kolegijem se želi, između ostaloga, pokazati kako Internet kao novi medij komunikacije mijenja načine na koje komuniciramo i kako primjena tih novih komunikacijsko-informacijskih tehnologija dovodi do preobrazbe suvremene kulture. Također, pojasnit će se kako u današnjoj stvarnosti dolazi do novih obrazaca društvene interakcije, kao što je to npr. virtualna zajednica, blogovi te kako se Internet koristi u multimedijском sustavu. Primjerice, rad na daljinu, telekonferencije, korištenje elektroničkih časopisa ili on-line baza podataka može smanjiti potrebu za fizičkim pristupom ne-elektroničkim resursima kao npr. biblioteke, muzeji, arhivi i sl., a studenti će vidjeti na koji način je to moguće ostvariti primjenom informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:



1. razlikovati ICT pojmove u kulturi
2. primjenjivati aplikacije za izradu prezentacija i znati se njima koristiti
3. raspraviti o novim načinima društvene interakcije
4. interaktivno prosuditi različite podatke koji se koriste u području kulture
5. koristiti različite informacijske resurse upotrebom interneta
6. samostalno stvoriti jednostavnu web stranicu za komunikaciju i prezentaciju svojih radova.

1.

Produkcija i menadžment scenskih umjetnosti (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima scenskih umjetnosti te usvajanje teorijskih i praktičnih znanja o osnovama produkcije i menadžmenta u scenskim umjetnostima odnosno radnih procesa u profesionalnoj proizvodnji kazališne predstave /izvedbe (pretprodukcija-produkcija-postprodukcija) i upravljanja u području scenskih umjetnosti.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti osnovne pojmove specifičnoga područja produkcije i menadžmenta scenskih umjetnosti
2. razlikovati organizacijske modele i načine funkcioniranja u djelatnostima scenskih umjetnosti
3. riješiti sve faze radnih procesa u proizvodnji predstave
4. organizirati kazališnu predstavu
5. prosuditi o postojećim procesima te ih prilagoditi postojećim uvjetima i okolnostima
6. kreirati nove ideje i rješenja u produkcijskom procesu.

Organizacija događanja (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj predmeta (radionice) je upoznati studente s praktičnim aspektima, karakteristikama i specifičnostima organizacije događanja (*event management*), njegove konceptualizacije, planiranja i provedbe.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati organizaciju događanja
2. razlikovati vrste događanja
3. preispitivati ciljane grupe događanja
4. raspraviti o problematici organizacije ovisno o vrsti događanja
5. argumentirati vlastiti stav u timskom radu organizacije događanja
6. izdvojiti izazove organizacije događanja
7. vrednovati uspješnost organizacije događanja.

Vizualni identitet projekta (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj predmeta je upoznavanje polaznika s osnovama vizualnih komunikacija u smislu što kvalitetnijeg upravljanja kulturno-umjetničkim projektima. Kroz praktičan rad na problemima, pojedinačno i timski, polaznici će steći osnovne vještine u kreiranju vizualnih komunikacija te će naučiti prepoznati stilove komuniciranja primjerene potrebi kulturno-umjetničkog projekta.

Ishodi učenja



Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti specifičnosti vizualne komunikacije
2. razlikovati teorijske pristupe vizualnoj komunikaciji
3. usporediti vizualne komunikacije prema vrsti medija
4. izdvojiti vizualne komunikacije u elektroničkim i digitalnim medijima
5. usporediti različita rješenja vizualne komunikacije
6. kreirati osnovne koncepte vizualne komunikacije.

Audiovizualna produkcija (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj je predmeta kroz praktične zadatke i projekte primijeniti stečena teorijska znanja iz područja audiovizualne produkcije i menadžmenta.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati faze audiovizualne produkcije
2. ispitati kreativne pristupe u audiovizualnoj produkciji
3. tumačiti natječajnu dokumentaciju
4. argumentirati faze stvaranja audiovizualne produkcije
5. planirati audiovizualnu produkciju.

Promocija

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija osposobiti studente za uspješno ovladavanje znanjima o specifičnim aktivnostima, sredstvima i medijima nužnim za uspješno i učinkovito promoviranje proizvoda, usluga i ideja, te kreiranje koncepta integrirane marketinške komunikacije, te ih upoznati s karakteristikama pojedinih medija i potrebama prilagodbe poruka kako ciljnim skupinama, tako i medijskim kanalima.

Ishodi učenja

Od studenta se nakon uspješno savladanog kolegija očekuje sposobnost:

1. Formulirati projektne zadatke (brief) za promotivne kampanje
2. Odrediti metode uvjeravanja
3. Klasificirati sredstva komunikacije
4. Odabrati i primijeniti miks promotivnih aktivnosti (IMK)
5. Sastaviti budžet odabranih medija
6. Argumentirati etička pitanja u oglašavanju
7. Identificirati nove trendove.

Izravni marketing

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s izravnim marketingom čije je osnovno obilježje neposredna interaktivna komunikacija (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca) koja je postala *conditio sine qua non* uspjeha gospodarskog subjekta koji se u najvećoj mjeri želi približiti potrošaču i zadovoljiti njegove potrebe i želje.

Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:



1. razviti koncepte neposredne interaktivne komunikacije (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca)
2. analizirati nove interaktivne medije
3. stvoriti ponude različitim marketinškim pristupima
4. smisliti različite politike izravnog marketinga
5. formulirati kanale izravnog marketinga
6. razviti kampanje direktnog marketinga
7. vrednovati i argumentirati kampanje direktnog marketinga.

Financiranje kulture i kreativnih industrija

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznati studente s najnovijim trendovima u načinima financiranja kulture i kreativnih industrija (glazbena i filmska industrija, kazališta, televizija, slikarstvo i izdavaštvo). To je posebno važno jer odlučujuću ulogu u jačanju i razvoju kulturnih djelatnosti ima veličina i učestalost financijske potpore javnih i privatnih izvora financiranja ove značajne društvene djelatnosti. Svrha predmeta je upoznati studente s najvažnijim mogućnostima poboljšanja financiranja kulture i kreativnih djelatnosti. Kroz predavanja studenti će upoznati modele financiranja kulture i kreativnih industrija u mnogobrojnim zemljama te spoznati sadašnje stanje i probleme u tom području koji su prisutni u Republici Hrvatskoj. Unatoč nastojanjima kvalitetne i dostatne svekolike potpore kulturi i kreativnim industrijama Republike Hrvatske, stanje na tom području nikako nije zadovoljavajuće, što bi studenti trebali pobliže spoznati posebice kroz vježbe i izrade seminarskih radova.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Protumačiti ulogu kulture i kreativnih industrija u društvenom razvoju
2. Objasniti i opisati osnovne pojmove financiranja kulture i kreativnih industrija
3. Pojasniti različite pristupe financiranju kulture i kreativnih industrija u svijetu
4. Upoznati alate i metodologije za financiranje očuvanja kulturne baštine.

Komunikologija

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama komunikologije i javnoga komuniciranja, vrstama komunikacije (verbalna, neverbalna), naučiti ih kako uspješno koristiti pojedine oblike komunikacije u svakodnevnome životu, ali i u javnim nastupima. Predavanja pružaju studentima uvid u osnove komunikologije i komunikacije, od njenih početaka i razvoja do različitih oblika komuniciranja (interpersonalna, intrapersonalna komunikacija, verbalna, neverbalna komunikacija) s naglaskom na vrste komunikacije u različitim poljima djelovanja i ostalih znanstvenih disciplina. Analiza povezanosti komunikologije s lingvistikom, psihologijom, sociologijom, antropologijom (interdisciplinarnost ili multidisciplinarnost) te njihovom međudjelovanju u svakodnevnome životu. Studenti će kroz seminarske radove i izlaganja detaljnije proučavati različite vrste komunikacije među subjektima u društvu, ali i komuniciranje putem različitih vrsta medija (analiza prednosti i nedostataka pojedinoga medija).

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati osnovne komunikološke pojmove,
2. preispitati pojedine oblike komunikacije,
3. argumentirati interdisciplinarni karakter komunikologije kao znanosti,
4. prosuditi učinke komunikacije na različita područja ljudskoga djelovanja (odnosi s prijateljima, rodbinom, znancima, s poslovnim partnerima...),
5. smisliti različite strategije persuzije te analizirati njihovu učinkovitost,
6. interpretirati djelovanje interpersonalne komunikacije u različitim kontekstima.

Kultura mode

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija analizirati osnovne razlike između načina odijevanja kroz povijesna razdoblja; spoznati osnovne pojmove modne kulture; sintetizirati poveznice mode i kulture te njihove uzročno posljedične veze; shvatiti utjecaj mode i medija na samopercepciju. Cilj kolegija je razumijevanje mode XXI. stoljeća i utjecaj 'brze mode' na konzumerizam; shvaćanje različitosti u načinu odijevanja kod različitih svjetskih kultura te spoznavanje uzroka promjena koje su u modnoj industriji puno brže nego u ostalim granama unutar kulture.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti razlike u načinu odijevanja kroz povijesna razdoblja
2. razlikovati načine na koje su moda i kultura povezane
3. raspraviti o glavnim akterima suvremene modne scene
4. navesti koje kulturološke promjene utječu na promjene u modnoj svakodnevi
5. argumentirati osnovne odrednice mode i njenog utjecaja na modu XXI. stoljeća.

Zakonodavstvo u kulturi

Ciljevi kolegija

Programom kolegija studenti će se upoznati s pravnim uređenjem područja kulture u RH, međunarodnim normama kulturnih prava te njihovim povijesnim okvirom i razvojem, s ciljem da kritičkim promišljanjem pridonese razvoju i poboljšanju postojećih. Obradit će se pravno uređenje pojedinih kulturnih djelatnosti (osnivanje, financiranje, organizacija i način rada institucija u kulturi, stručni nadzor i nadzor nad zakonitošću rada kulturnih institucija i sl.). Analizirat će se postojeće stanje te problemi u zakonskom uređenju pojedinih kulturnih djelatnosti kroz primjere iz prakse, a studenti će na nastavi i kroz seminare imati priliku aktivno sudjelovati i predlagati modele za njihovo rješavanje odnosno napredak. Studenti će spoznati značaj i vrste kulturne baštine te njihov pravni položaj. Obradit će se pojmovi i zaštita autorskog i drugih srodnih prava, osnove radnog prava te specifičnosti i problemi radno-pravnih odnosa u pojedinim kulturnim djelatnostima.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati temeljne pravne pojmove
2. usporediti različite pravne institute u kulturi
3. raspraviti o vrijedećim propisima u području kulturi u RH
4. argumentirati prednosti i nedostatke postojećih propisa
5. stvoriti nova pravna rješenja u kulturi.

Kreativno razmišljanje (radionica)

Ciljevi kolegija

Cilj je ovog kolegija istraživanje vlastite kreativnosti polaznika kroz interdisciplinarni pristup. Polazeći od teorije, razni pristupi kreativnom razmišljanju primjenjivat će se kroz vježbe i radionice, te timski rad uz moguću primjenu u raznim disciplinama. Studenti će učiti tehnike unapređivanja originalnog razmišljanja koje se mogu koristiti u različitim poslovnim situacijama, od osmišljavanja kreativnih strategija oglašavanja do kreativnog menadžerskog upravljanja tvrtkom. Istraživat će se primjena kreativnog menadžerskog upravljanja kroz analize poslovnih slučajeva i gostujuća predavanja.

Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. razlikovati razne kreativne tehnike
2. vrednovati kreativnost u poslovnim situacijama
3. razviti kreativno razmišljanje u raznim područjima marketinga i komunikacija
4. kreativno upravljati specifičnim proizvodima i uslugama
5. prosuditi i samostalno planirati projekte
6. organizirati interdisciplinarne projektne timove.

Content marketing i online PR u kreativnim industrijama

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznati studente s najnovijim trendovima u digitalnom marketingu i digitalnim odnosima s javnošću u kreativnim industrijama (glazbena i filmska industrija, kazališta, televizija). Upotrebom novih tehnologija u današnjim digitalnim komunikacijama sve je aktualnija primjena content marketinga koji za cilj ima kreiranje i distribuiranje relevantnog i korisnog sadržaja da bi se privuklo, zainteresiralo i regrutiralo jasno definiranu ciljnu skupinu. Brzim razvojem marketinške industrije nužno je da su digitalni kanali dio integrirane marketinške komunikacije.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Objasniti i opisati osnovne pojmove content marketinga i online odnosa s javnošću
2. Protumačiti ulogu content marketinga i online odnosa s javnošću u današnjim integriranim marketinškim komunikacijama u kreativnim industrijama
3. Integrirati content marketing i online odnose s javnošću kao sastavni dio integriranih marketinških komunikacija
4. Definirati i izraditi komunikacijski plan online odnosa s javnošću
5. Kreirati inovativan i djeljiv online sadržaj za ciljanu javnost.

Kultura iznutra – kako nastaje umjetničko djelo

Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je otkriti studentima kreativni proces nastanka umjetničkog djela koji je često intiman i time nedostupan, ali neophodan za menadžere u kulturi jer su upravo oni most koji omogućuje da djelo dođe do publike. Proces kreacije utemeljen je u osobnosti samoga umjetnika, ali i društva kojemu taj umjetnik pripada. Prateći proces stvaranja umjetničkoga djela, od početne inspiracije do završne redakcije, i njegovu recepciju, kako profesionalnu – od strane kritike, tako i laičku – od strane publike kojoj je djelo namijenjeno, otkriva se njegova kompleksnost, ali i moć koju ono može imati unutar društvenog konteksta. Umjetničko djelo jest novi svijet koji supostoji s našom realnošću i koja se kroz njega zrcali.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Razumjeti proces stvaranja umjetničkoga djela i dosege kulture što im omogućava da jasnije vide svoju ulogu i mogućnosti djelovanja unutar kulture.
2. Stvoriti suodnos s umjetnikom koji uključuje razumijevanje i kreativno usmjeravanje umjetnika.
3. Naći ravnotežu između zahtjeva i mogućnosti produkcije, publike i kreatora.
4. Prepoznati momente promjene u kulturi društva.
5. Prepoznati nove trendove i originalne glasove u umjetnosti.
6. Razviti svijesti o moralnoj i društvenoj odgovornosti kulturnog menadžera.

Medijski menadžment

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s organiziranjem i funkcioniranjem medijskih kuća u Hrvatskoj, ali i inozemstvu, upoznati ih sa specifičnostima upravljačkih tehnologija i metoda unutar medijskih kuća te sa zakonskim okvirom u kojima se takve djelatnosti odvijaju, približiti im zanimanje menadžera u medijima kao i vještina koje su za to potrebne te ih osposobiti za upravljačke funkcije u medijskim kućama.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. tumačiti funkcioniranje menadžmenta u medijima kao posebnog tipa menadžmenta
2. raspraviti o temeljnim pojmovima menadžmenta u medijima
3. usporediti organiziranje i funkcioniranje različitih medijskih organizacija
4. prosuditi koncentraciju vlasništva u medijima i njene učinke na funkcioniranje medija
5. smisliti medijski plan poslovanja.

Nezavisna produkcija – kustoska platforma

Ciljevi kolegija

Kolegij je posvećen teorijskoj i praktičnoj edukaciji iz područja suvremene umjetnosti i kulture. Kroz različite teorijske pristupe i primjere iz prakse cilj je istražiti nezavisnu kustosku scenu, modela rada i načine planiranja projekata te organizaciju i realizaciju istih. Realizirati susrete i suradnje s protagonistima umjetničke, kustoske i kulturne scene u Hrvatskoj. Omogućujući uvid u metodološke, tehničke i teorijske alate vezane uz koncepciju i realizaciju projekata iz domene suvremene umjetnosti i kulture, pri čemu se naglasak stavlja na djelovanje i projekte nezavisnih kustosa (pojedinaca i organizacija). Usmjeriti studente/ice na primjenu stečenih teorijskih znanja u praksu i potencirati umrežavanje i suradnju. Omogućiti uvid u rad nezavisnih organizacija u kulturi. Omogućiti uvid u različite umjetničke medije (fotografija, *expanded media*, *device art*, izvedbene umjetnosti, arhitektura, dizajn itd.)

Kroz interdisciplinarni pristup realizirati program za proučavanje nezavisnih kustoskih platformi primjenom različitih teorijskih okvira i metodologija koje nisu tradicionalno predmet akademskih studija. Cilj je realizirati nastavu radioničkog tipa, s težištem na primjerima iz prakse, interpretativnom pristupu (istraživanje, pisanje, prezentiranja) i te praktikumu.

Ishodi učenja

Kroz analizu i rad na primjerima iz prakse koji potvrđuju postavljene teze programa predmeta, studenti će moći:

1. vrednovati kustoske prakse
2. preispitati nezavisnu scenu u Hrvatskoj i svijetu
3. razlikovati analitičke i komunikacijske vještine
4. raspraviti o primjerima iz prakse
5. kreirati strategije kreativnog participiranja u sadržajima (projektima).

Glazbena produkcija

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente sa specifičnostima glazbene industrije te im pojasniti ulogu menadžmenta i produkcije različitih glazbenih projekata, od diskografije do glazbenih koncerata i festivala. Diferencirat će se razni glazbeni žanrovi i trendovi. Također će se pojasniti problemi vezani uz digitalizaciju i nastojanja da se uvođenjem zakonskih propisa te kontrolom digitalnih platformi spriječi piratstvo u glazbi te da se zaštite i vrednuju autorska prava.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti teorijska i praktična znanja u okviru glazbene industrije
2. razlikovati protagoniste glazbene industrije i raspravljati o njihovoj ulozi
3. razlikovati faze realizacije specifičnih glazbenih projekata
4. vrednovati glazbene projekte prema njihovoj isplativosti
5. prosuditi glazbene žanrove i trendove.

Scenografija u produkciji

Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente sa problemima, rješenjima i umjetničkim aspektom scenografije u produkciji – teatar/film/reklama i osnove umjetničkog aspekta scenografije vezano za troškovnik produkcije.

Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Protumačiti ulogu scenografije u produkciji
2. Prepoznati osnove umjetničkog aspekta u raznim vrstama produkcije
3. Objasniti i opisati osnovne pojmove financiranja scenografije u raznim vrstama produkcije
4. Upoznati se sa nepredviđenim troškovima u produkciji.