

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Sociologija informacionog društva i cyber kulture

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**

ne popunjavati

**3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

6

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:****7. Ograničenja pristupa:****8. Trajanje / semestar:**

1

1

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

1

**10. Fakultet:**

Ekonomski fakultet

**11. Odsjek / Studijski program:**

Ekonomija

**12. Odgovorni nastavnik:****13. E-mail nastavnika:**

edin.osmanbegovic@untz.ba

**14. Web stranica:**

--

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja o sociološkim aspektima informacionog društva i cyber kulture, te odnosa cyber kulture i pojedinih dijelova društva, kao i društva u cjelini.

**16. Ishodi učenja:**

Na kraju semestra/kursa uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, će biti osposobljeni da:

- razumiju nastanak cyber kulture, kao jednog dijela savremene kulture, te njezinih sastavnih elemenata
- mogućnosti, funkcije i posljedice digitalizacije za cjelokupnu kulturu i ljudski život u opštem smislu
- razumiju u sociokulturnom kontekstu razliku i granice između moderne kulture i cyber kulture

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

Razvoj pojma informaciono društvo i cyber kultura

Sadašnjost cyber društva

Umreženo društvo

Virtualna stvarnost i kibernetički prostor

Informacija i tržište

Informacij i demokratija

Prostor i vrijeme u cyber kulturi

Cyber kultura i društvo

Pitanje identiteta u informacionom društvu

Zajednice i društvene mreže

Globalizacija informacionog društva

**18. Metode učenja:**

Predavanja i vježbe  
Rasprave na predavanjima i vježbama  
Prezentacije i rasprave na času  
Analiza primjera iz prakse

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Kako bi student ostvario prolaznu ocjenu treba ostvariti minimalno 55 bodova. Na predispitnim obavezama student može ostvariti maksimalno 70 bodova. Na završnom ispitu student može ostvariti maksimalno 30 bodova. Ocjenjivanje će se vršiti u skladu sa sljedećom tabelom:

broj bodova  $\leq$  54 5  
55  $\leq$  broj bodova  $\leq$  64 6  
65  $\leq$  broj bodova  $\leq$  74 7  
75  $\leq$  broj bodova  $\leq$  84 8  
85  $\leq$  broj bodova  $\leq$  94 9  
95  $\leq$  broj bodova  $\leq$  100 10

**20. Težinski faktor provjere:**

- test 1 – 0 do 30 bodova
- test 2 – 0 do 30 bodova
- završni test – 0 do 40 bodova

**21. Osnovna literatura:**

Webster F., Theories of the Information Society, Routledge, London, 2014.

Edin Osmanbegović, Internet u savremenim marketinškim procesima, Off-Set, Tuzla, 2011

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2023/2024

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

06.10.2023.