

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Etika javnog komuniciranja

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

2

4. Bodovna vrijednost ECTS:

7

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Ispunjene predispitne obaveze.

7. Ograničenja pristupa:

Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.

8. Trajanje / semestar:

1

1

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Žurnalistika / Žurnalistika

12. Odgovorni nastavnik:

dr. sc. Vedada Baraković, vanr. prof.

13. E-mail nastavnika:

vedada.barakovic@untz.ba

14. Web stranica:

<http://www.ff.untz.ba/>

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Ciljevi kursa:

- upoznati studente sa osnovnim etičkim teorijama i konceptima iz sfere javnog komuniciranja;
- predstaviti studentima mogućnosti primjene teorijskih modela u različitim oblicima;
- komunikacijskih praksi: u novinarstvu, politici, PR komunikaciji, oglašavanju, nevladinom sektoru itd.;
- pojasniti društvenu odgovornost za javnu riječ svih sudionika u javnoj komunikaciji;
- pojasniti funkcije novinarstva, PR komunikacije, oglašavanja u kontekstu medijskog djelovanja;
- pojasniti etička načela profesionalnog djelovanja;
- upoznati studente sa pravnim okvirima etičkog djelovanja;
- razviti kritički odnos studenata prema etičkim dilemama i rješenjima u novinarskoj praksi;
- unaprijediti vještine studenta vezane za individualni odnosno timski rad.

16. Ishodi učenja:

Na kraju kursa studenti će biti osposobljeni da:

- shvate značaj etičkog djelovanja u savremenom svijetu;
- prepoznaju ključne moralne dileme sadašnjice;
- razumiju kontekst donošenja etičkih odluka u različitim oblastima društvene stvarnosti;
- praktično primjene ključne etičke koncepte u svakodnevnim situacijama;
- razumiju važnost javno izrečene riječi;
- shvate važnost poštovanja profesionalnih kodeksa;
- rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Filozofski osnovi etike javnog komuniciranja
- Savremene etičke teorije
- Etika i društvo: društvena odgovornost za javno izrečenu riječ
- Etika i mediji
- Etika, tržište i reklama
- Etika i politika
- Etika novinarstva
- Etika PR komuniciranja
- Etika poslovnog komuniciranja
- Pravna odgovornost za javnu riječ
- Načela profesionalnog djelovanja
- Etika i novi mediji
- Etički kodeksi
- Globalna etika
- Biopolitika i bioetika

18. Metode učenja:

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni i timski zadaci.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:**Završni ispit**

Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem prakse komuniciranja u domaćim kompanijama.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

Kolokviji

U okviru kursa studenti će imati jedan kolokvij, u obliku testa znanja koja će se odnositi na materiju prezentiranu u okviru predavanja i vježbi. Kolokviji će se sastojati od maksimalno 15 pitanja i nosiće maksimalno 30 bodova.

Testovi su koncipirani u vidu otvorenih pitanja. Pored svakog pitanja navedeni su bodovi koje to pitanje nosi u sistemu ukupnog ocjenjivanja.

20. Težinski faktor provjere:

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

KRITERIJI OCJENJIVANJA (ukupno: max. 100 bodova)

1. Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama - max. 10 bodova
2. Seminarski rad - max. 10 bodova
3. Kolokvij I - max. 15 bodova
4. Kolokvij II - max. 15 bodova
5. Završni ispit - max. 50 bodova

SISTEM OCJENJIVANJA: 51- 60 bodova – ocjena 6; 61 – 70 bodova – ocjena 7; 71- 80 bodova – ocjena 8; 81- 90 bodova – ocjena 9 i 91- 100 bodova – ocjena 10

21. Osnovna literatura:

- Korni,D., (1998): Etika informisanja,Clio, Beograd
 Dej, Luis Alvin (2004): Etika u medijima, Soros, Beograd
 Claude-Jean Bertrand (2007): Deontologija medija, Sveučilišna knjižara, Zagreb
 Malović, Ricchiardi, Vilović, Etika novinarstva, Izvori, Zagreb, 1998.
 McChesney R. (2008): Bogati mediji, siromašna demokratija, Šahinpašić, Sarajevo
 Plevnik, D. (2003): Praksa etičkog novinarstva, Masmedia, Zagreb
 Rols, Dž. (2003): Pravo naroda, Alexandria pres, Bepgrad
 Žaket, D.(2007): Novinarska etika: Moralna odgovornost u medijima, Glasnik, Beograd
 Tomić Z., Sapunar M, Juka S (2007):. Javno komuniciranje - pravo i etika, Mostar
 Aramini, M. (2009): Uvod u bioetku, Kršćanska sadašnjost, Zagreb
 Wilkins L, Cristians C (2009):. The Handbook of Mass Media Ethics, Routledge, UK

22. Internet web reference:

(max. 687 karaktera)

23. U primjeni od akademske godine:

2011/2012.

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

(max. 10 karak.)