

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Savremene komunikološke teorije

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. Mirza Mahmutović, doc.

13. E-mail nastavnika:

mirza.mahmutovic@untz.ba

14. Web stranica:

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

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Ciljevi kursa:

- upoznati studente sa savremenim medijskim teorijama;
- objasniti razliku između klasičnih medija i medijskih teorija i novih medija i novih medijskih teorija;
- pojasniti globalni kontekst djelovanja masovnih medija;
- upoznati studente sa političkom ekonomijom medija;
- ukazati na značaj koncepta medijskog opismenjavanja;
- unaprijediti vještine studenta vezane za individualni odnosno timski rad.

16. Ishodi učenja:

Na kraju kursa će biti osposobljeni da:

- shvate osnovne komunikološke teorije i koncepte;
- prepoznaju razliku u tretiranju tradicionalnih i novih medija u komunikološkim teorijama;
- shvate funkcioniranje masovnih medija u tržišnom okruženju;
- kritički promatraju masmedijske utjecaje u savremenim uslovima;
- rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Klasični mediji i medijske teorije;
- Savremene komunikološke teorije;
- Novi mediji i društvene promjene;
- Globalizacija i mediji;
- Politička ekonomija medija;
- Medijski monopol i medijska kocentracija;
- Javni i komercijalni mediji;
- Savremene teorije medijskog utjecaja;
- Novi mediji i medijska pismenost;
- Novi mediji i interkulturalni utjecaji;
- Novi medii i javna sfera.

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:

Pavlik, J.V. Media in the Digital Age. Columbia University Press. New York, 2008
 Mattelart A. i M. (1995) Theories of Communication A Short Introduction, SAGE London
 McChesney R. Bogati mediji siromašna demokracija, Sarajevo, 2008.
 Vočkić-Avdagić, J. (2002), Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta, FPN Sarajevo
 Chomsky, N.: Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš?, Zagreb, 2002.
 Baudrillard Jean, Simulacija i Zbilja, Jesenski i Turk, Zagreb, 2001
 Briggs, A., Burke, P.: A Social History of the Media, Polity Press, 2005.
 Shields, R. (ur.): Kulture interneta. Virtualni prostori, stvarne povijesti i živuća tijela, Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
 Castells, M.: Internet galaksija: razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu, Jesenski i Turk, Zagreb, 2003.
 Castells, M.: Uspion mreženog društva. Informacijsko doba: ekonomija, društvo, kultura, , Golden marketing, Zagreb, 2000.

22. Internet web reference:

(max. 687 karaktera)

23. U primjeni od akademske godine:

2011/2012.

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

(max. 10 karak.)