

	<b>UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS</b>
<b>Predmet:</b>	<b>Mediji in odnosi z javnostjo</b>
<b>Course title</b>	<b>Media and Public Relations</b>

<b>Študijski program in stopnja</b> <b>Study programme and level</b>	<b>Študijska smer</b> <b>Study field</b>	<b>Letnik</b> <b>Academic year</b>	<b>Semester</b> <b>Semester</b>
Upravljanje poslovnih in informacijskih sistemov / 2. stopnja	Upravljanje poslovnih sistemov	2. letnik	3.
Business and Information Systems Management / 2 <sup>nd</sup> Cycle	Business Systems Management	2 <sup>nd</sup> year	3 <sup>rd</sup>

**Vrsta predmeta/Course type** izbirni/elective

**Univerzitetna koda predmeta/University course code** 2\_UPS\_IP\_UN2

<b>Predavanja</b> <b>Lectures</b>	<b>Seminar</b> <b>Seminar</b>	<b>Sem. vaje</b> <b>Tutorial</b>	<b>Lab. vaje</b> <b>Laboratory work</b>	<b>Teren. vaje</b> <b>Field work</b>	<b>Samost. delo</b> <b>Individ. work</b>	<b>ECTS</b>
15		10			155	6

**Nosilec predmeta/Lecturer:** prof. dr. Karmen Erjavec

<b>Jezik/</b> <b>Languages:</b>	<b>Predavanja/Lectures:</b>	slovenski/Slovenian
	<b>Vaje/Tutorial:</b>	slovenski/Slovenian

**Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:**

**Prerequisites:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>pogoj za vključitev v delo je vpis v drugi letnik študijskega programa,</li> <li>študent mora pred izpitom pripraviti in predstaviti projektno nalogo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>the condition for inclusion is entry in the second year of study,</li> <li>student has to prepare, present and defend a project paper before the exam.</li> </ul>
--	--

**Vsebina:**

**Content (Syllabus outline):**

<ul style="list-style-type: none"> <li>Množični mediji in njihova specifika (tisk, radio, televizija, svetovni splet), javni in komercialni mediji, specifika medijske javnosti.</li> <li>Oprelitev profesionalne prakse etično odgovornega upravljanja odnosov z javnostmi in vodenja strateških komunikacij.</li> <li>Razčlenitev dinamičnega razmerja organizacije z njenim notranjim in zunanjim okoljem. Mediji kot okvir,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mass media and their specifics (press, radio, television, the World Wide Web), public and commercial media, specific of media public.</li> <li>Defining a professional practice of ethically responsible public relations management and managing strategic communications.</li> <li>Breakdown of the organization's dynamic relationship with its</li> </ul>
--	--

<p>znotraj katerega organizacija vzpostavlja odnose z javnostjo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Splošna opredelitev vodenja odnosov z javnostmi in faze raziskovanja, strateškega planiranja, izvedbe in vrednotenja rezultatov.</li> <li>• Specifičnosti programov vodenja odnosov z notranjo javnostjo, z množičnimi mediji, s skupnostjo, z državnimi institucijami, s potrošniki, s finančno javnostjo, z družbenimi gibanji.</li> <li>• Program kriznih odnosov z javnostmi.</li> <li>• Načela strateškega planiranja in izvajanja komunikacijskih kampanj in praktične tehnike komuniciranja (pisanje sporočil za javnost, organizacija novinarskih konferenc, nastopanje na radiu in televiziji, bilteni, predstavitev na svetovnem spletu).</li> <li>• Praktično razvijanje komunikacijske strategije in preizkušanje rabe komunikacijskih tehnik na simuliranih primerih.</li> <li>• Praktična analiza situacije, organizacije, javnosti in ustrezne strategije, taktike in ovrednotenje rezultatov.</li> </ul>	<p>internal and external environment. Media as a framework within which the organization establishes public relations.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• General definition of public relations management and phases of research, strategic planning, implementation and evaluation of results.</li> <li>• Specificity of programs of managing relations with the internal public, mass media, community, state institutions, consumers, financial public, and social movements.</li> <li>• Program of crisis public relations.</li> <li>• Principles of strategic planning and implementation of communication campaigns and practical communication techniques (writing press releases, organizing press conferences, broadcasting on radio and television, newsletters, presentations on the World Wide Web).</li> <li>• Practical development of communication strategy and testing the use of communication techniques in simulated cases.</li> <li>• Practical analysis of the situation, organization, public and appropriate strategies, tactics and evaluation of results.</li> </ul>
--	--

#### **Temeljna literatura in viri/Readings:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wilcox, Cameron (2005). Public Relations Strategies and Tactics. NJ: Allyn &amp; Bacon.</li> <li>• Cutlip, Scott, Center, Allan, Broom, Glen. (2000). Effective Public Relation. 8th Edition. Englewood Cliffs: Prentice Hall.</li> <li>• Smith, R. (2005): Strategic Olanning for Public Relations. Hillsdale: Erlbaum.</li> <li>• Grunig, L., J. Grunig, D. Doizier (2002). Excellent Public Relations and Effectivte Organizations: A Study of Communication management in Three Countries. Hillsdale: Erlbaum.</li> <li>• Howard, Carole, W. Metthews (2000). On Deadline: Managing Media Relations. Waveland Press, Inc.</li> </ul>
---

#### **Cilji in kompetence:**

<p><i>Učna enota prispeva predvsem k razvoju naslednjih splošnih in specifičnih kompetenc:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• razvijanje celovitega kritičnega mišljenja in sposobnost analize, sinteze in predvidevanja rešitev ter</li> </ul>	<p><i>The learning unit mainly contributes to the development of the following general and specific competences:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• developing comprehensive critical thinking and the ability to analyze, synthesize and anticipate solutions</li> </ul>
---	---

<p>posledic problemov s področja komunikacijskih ved in odnosov z javnostmi,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• razvoj komunikacijskih veščin in spretnosti v uporabi znanja na področju odnosov z javnostmi,</li> <li>• sodelovalna komunikacija z interesnimi skupinami in mediji,</li> <li>• sodelovalno/timsko delo, sposobnost komuniciranja s strokovnjaki z različnih področij družbenega življenja,</li> <li>• občutljivost/odprtost za ljudi in socialne situacije ter razvoj komunikacijskih spretnosti za domače in mednarodno okolje,</li> <li>• zmožnost vzpostavljanja in vzdrževanja dialoškega odnosa s skupinami in javnostmi (lokalna skupnost, državni organi, svetovalne službe, mediji) ter zmožnost strpnega dialoga,</li> <li>• interdisciplinarno povezovanje vsebin.</li> </ul>	<p>and consequences of communication and public relations problems,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• development of communication skills and competences in the use of knowledge in public relations,</li> <li>• collaborative communication with stakeholders and the media,</li> <li>• collaborative / team work, the ability to communicate with experts from different fields of social life,</li> <li>• sensitivity / openness for people and social situations and development of communication skills for the domestic and international environment,</li> <li>• the ability to establish and maintain a dialogue with groups and the public (the local community, state authorities, advisory services, the media), and the ability for a tolerant dialogue,</li> <li>• interdisciplinary connection of content.</li> </ul>
--	---

**Predvideni študijski rezultati:**

*Študent/študentka:*

- pozna in razume procese in vlogo komuniciranja v poslovnih odnosih,
- razume interakcijsko delovanje dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost organizacijskega komuniciranja,
- pozna in razume umeščenost svojega strokovnega področja v širše družbene, kulturne in vrednotne kontekste ter z refleksijo teh kontekstov oblikuje intelektualno aktiven in profiliran odnos do sveta,
- v praksi uveljavlja profesionalno in etično odgovorno upravljanje odnosov z javnostmi in vodenje strateških komunikacij,
- razume problematiko vodenja odnosov z javnostmi in faze raziskovanja, strateškega planiranja, izvedbe in vrednotenja rezultatov,
- pozna vodenje odnosov z notranjo javnostjo, z množičnimi mediji, s

**Intended learning outcomes:**

*Students:*

- know and understand the processes and role of communication in business relations,
- understand the interaction of factors that influence the success of organizational communication,
- know and understand the positioning of their professional field in wider social, cultural and value contexts and, through the reflection of these contexts, form an intellectually active and profiled attitude towards the world,
- enforce professional and ethically responsible public relations management in practice, as well as management of strategic communications,
- understand the issues of public relations management and the research phase, strategic planning, performance and evaluation of results,
- know how to manage relations with

<p>skupnostjo, z državnimi institucijami, s potrošniki, s finančno javnostjo, z družbenimi gibanji,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• seznanjen/-a je s problematiko komuniciranja z javnostjo v okvirih kriznih dogajanj,</li> <li>• pozna in razume načela strateškega planiranja in izvajanja komunikacijskih kampanj in nekatere praktične tehnike odnosov z javnostmi.</li> </ul>	<p>the internal public, mass media, the community, state institutions, consumers, the financial community, social movements,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• are familiar with the problem of communication with public in the context of crisis situations,</li> <li>• know and understand the principles of strategic planning and implementation of communication campaigns and some practical public relations techniques.</li> </ul>
---	--

### Metode poučevanja in učenja:

### Learning and teaching methods:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>predavanja</i> z aktivno udeležbo študentov (razlaga, vsakodnevna diskusija o prebranih tekstih, vprašanja, primeri, reševanje problemov, obisk strokovnjaka),</li> <li>• <i>projektna naloga</i>,</li> <li>• individualne in skupinske <i>konzultacije</i> (diskusija, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>lectures</i> with active participation of students (explanation, discussion on read texts, questions, examples, problem solving, expert visit);</li> <li>• <i>project paper</i>,</li> <li>• individual and group <i>consultations</i> (discussion, additional explanation, addressing specific issues).</li> </ul>
--	--

### Načini ocenjevanja:

Delež (v %)

Weight (v %)

### Assessment:

<p>Načini:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % udeležba na predavanjih in vajah,</li> <li>• uspešno opravljena projektna naloga s predstavitvijo in zagovorom.</li> </ul> <p>Če študent ni 100 % udeležen na predavanjih in vajah, mora poleg projektne naloge opraviti tudi izpit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- izpit,</li> <li>- priprava, predstavitev in zagovor projektne naloge.</li> </ul> <p>Ocenjevalna lestvica: ECTS.</p>	<p>100 %</p> <p>60 %</p> <p>40 %</p>	<p>Types:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % attendance of lectures and tutorial,</li> <li>• successfully accomplished project assignment with presentation and defense.</li> </ul> <p>If the student has not fully attended lectures and tutorial (100%), they have to prepare the project paper and take the exam:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- exam,</li> <li>- preparation, presentation and defense of a project paper.</li> </ul> <p>Grading scheme: ECTS.</p>
---	--------------------------------------	--