

## **Katedra za komunikologiju:**

### **DIPLOMSKI RADOVI**

**Mentor: Mario Plenković**

**Od grafičke komunikacije do znanosti o komuniciranju**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Sinkronijska i dijakronijska povijesna i razvojna analiza komuniciranja (spacijalna, temporalna, verbalna, neverbalna, pismoslovna, tiskoslovna, grafička, elektronička, postmodernistička, poslovno-agencijska, internetska i multimedijaska komunikacija) od grafičke komunikacije do znanosti o komuniciranju.

#### **Literatura:**

A.Briggs & P.Burke, Socialna zgodovina medijev, Od Gutenberga do Interneta /A Social History of the Media – From Gutenberg to the Internet, Prevod Marijan Sedmak, Založba Sophia, Ljubljana, 2005.

S. Elezović: Povijesni razvoj komuniciranja, Vrste i oblici kroz stoljeća, A.G. Matoš, Samobor, 1992.

J.Fiske, Uvod u komunikacijske studije / Introduction to Communication Studies, Fakulteta za društvene vede, Ljubljana, 2005.

S.Hybels & R.L. Weaver II, Communicatig Effectively, McGraw Hill, Boston/Toronto, 2007.

M.Kunczik & A.Zipfel, Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Ured u Zagrebu, Zagreb, 2006.

M. Plenković, Komunikologija, HKD & Nonacom, Zagreb, 2002.

E.Vlajki, Uvod u komuniciranje postmodernizma, Fakultet za političke i društvene nauke, Banja Luka, 2007.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Grafička komunikacija: Komunikološki i medijski izazovi XXI. Stoljeća**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Analiza komunikološke i socijalne dimenzije grafičke komunikacije (generiranje grafičkih informacija) i medijske komunikacije (informacija, komunikacija, medij, poruka, publika, javnost, javno mnijenje, Fb i komunikanti) u digitalnom medijskom okruženju na početku XXI. stoljeća.

### **Literatura:**

W.Bauer & I.Dumotz & S.Golowin, Lexikon der Symbole, Marx Verlag, Wiesbaden, 2006.

M. Plenković, Suvremena RTV retorika (reprint), HKD & Nonacom, Zagreb, 2004.

L.R. Potter, Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija /The Communication Plan: The Heart of Strategic Communication, prijevod Hrvoja Heffer, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2007.

R.Lankau, Lehrbuch Mediengestaltung, Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung, Dpunkt Verlag, Heidelberg, 2007.

M. Plenković: Komunikologija, HKD & Nonacom, Zagreb, 2002.

M. Plenković: Suvremena radio-televizijska retorika, Stvarnost, Zagreb, 1989.

E.Vlajki, Uvod u komuniciranje postmodernizma, Fakultet za političke i društvene nauke, Banja Luka, 2007.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Suvremene vizualne komunikološke zakonitosti**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Povijesni razvoj tehnologije vizualnih komunikacija (koje su sastavni dio kulture i kulturnog razvoja na lokalnom, nacionalnom, regionalnom i globalnom komunikacijskom prostoru (ne)povezujući građane, narode i države) i pregledna strukturalna analiza suvremenih vizualnih komunikoloških zakonitosti.

### **Literatura:**

W.Bauer & I.Dumotz & S.Golowin, Lexikon der Symbole, Marx Verlag, Wiesbaden, 2006.

K.Alexander, Kompendium der visuellen Information und Kommunikation, Springer, Berlin/Heidelberg, 2007.

J. Fiske and J. Hartley: "Čitanje televizije", Barbat i Prova, Zagreb 1992.

J. Plenković i M. Plenković: "Društvo, znanost i tehnologija", Sveučilište u Rijeci, Građevinski fakultet, Rijeka, 1998.

M. Plenković: "Komunikologija masovnih medija", Barbat, Zagreb 1993. (od str. 202. do str. 235.)

M. Plenković i B. Caratan (edited by): "Communication and Society, Informatologia, Separat speciale No. 7", Referral Centre of the University of Zagreb and Faculty of Political Sciences of the University of Zagreb, Zagreb 1988.

R. Lankau, Lehrbuch Mediengestaltung, Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung, Dpunkt Verlag, Heidelberg, 2007.

## **Mentor: Mario Plenković**

### **Komunikologija grafičkog dizajna u postmodernizmu**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Povijesno komunikološki pregled grafičkog dizajna (Saul Bassov doprinos razvoju grafičkog dizajna, od kreiranja filmskih plakata do suvremenog grafičkog oblikovanja) i postmodernistički razvojni komunikacijski dizajnerski procesi koji sadrže inherentne elemente meta komunikacije (gr.meta = nad - svakidašnje) kao obilježje prirode čovjeka u poimanju grafičkog dizajna u postmodernizmu.

#### **Literatura:**

S.Hybels & R.L. Weaver II, Communicatig Effectively, McGraw Hill, Boston/Toronto, 2007.

M.Kunczik & A.Zipfel, Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Ured u Zagrebu, Zagreb, 2006.

R.Lankau, Lehrbuch Mediengestaltung, Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung, Dpunkt Verlag, Heidelberg, 2007.

M. Plenković, Komunikologija, HKD & Nonacom, Zagreb, 2002.

Plenković, M. / Tomažić, T. (2008), Effectiveness and profitability in the context of mass media industries / Efikasnost i profitabilnost u kontekstu industrije masovnih medija, Informatol.41, 1,1-104 (39-46).

E.Vlajki, Uvod u komuniciranje postmodernizma, Fakultet za političke i društvene nauke, Banja Luka, 2007.

**Mentor: Mario Plenковиć**  
**Profesionalna etika grafičke komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Pregledna analiza osnovnog korpusa profesionalne etike grafičke komunikacije kao komunikativne djelatnosti u vremenu i prostoru za razliku od etike kao refleksije morala (profesionalni moral grafičke komunikacije, prema B.Pascalu, je manje svjestan i racionalan a više nagonski i emocionalan), koja počiva na »logici srca« a ne na konstrukciji profesionalne grafičke komunikacije s javnostima.

**Literatura:**

S.R. Covey: 7 navika uspješnih ljudi: povratak etici karaktera, Franklin Covey/Mozaik knjiga, Zagreb, 1988.

G.S. Jowett & V.O. Donnell: PROPAGANDA AND PERSUASION, Sage and Publications, Newbury Park & London & New Delhi, 1992.

M. Plenковиć: KOMUNIKOLOGIJA MASOVNIH MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1993.

M. Plenковиć & B. Caratan (Edited by): COMMUNICATION AND SOCIETY, INFORMATOLOGIA, Separat Speciale no. 7, Referral Centre of the University Zagreb & Faculty of Political Science of the University of Zagreb, Zagreb, 1998.

J.Plenковиć (Ed.): Profesionalna etika, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 2003.

E. Scanion, E. Whitelegg and S. Yates: COMMUNICATING SCIENCE: Contexts and Channels, Routledge, London and New York, 1999.

**Mentor: Mario Plenковиć**  
**Vizualna komunikacija i kvaliteta suvremenog komunikacijskog obrazovanja**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Tehnologija vizualne komunikacije se danas nalazi na raskrižju, s jedne strane, između pretjerane (ne)nametljive tehnološke kvantitativne upotrebe vizualnih komunikacijskih prezentacijskih tehnika (PP, multimedija) i , s druge strane, racionalnih kvalitativnih odgovora za uvođenjem vizualnih komunikacija kao novih oblika komunikacijskog obrazovanja (apel za izradu novih suvremenih komunikacijskih programa).

## **Literatura:**

R. Barzanti: I CONFINI DEL VISIBILE, Televisione e cinema senza frontiere nelle politiche dell' Unione Europea, Lupetti, Milano, 1994.

C. Jenkins (uredio): VIZUALNA KULTURA, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2002.

J. Gonnert: EDUCATION ET MEDIAS, Presses Universitaires de France, Paris, 1997.

J. Fiske & J. Hartley: READING TELEVISION / ČITANJE TELEVIZIJE, Barbat & Prova, Zagreb, 1992.

J.M. Floch: VISUAL IDENTITIES, Continuum, London and New York, 2000.

J. Groebel (ed.): NEW MEDIA DEVELOPMENTS: TRENDS IN COMMUNICATION, Boom Publishers the Netherlands, Amsterdam, 1997.ž

P.M. Lester: VISUAL COMMUNICATION, Thomson & Wadsworth, Belmont, 2003.

J. Plenković i M. Plenković: DRUŠTVO, ZNANOST I TEHNOLOGIJA, (od str. 51. do str. 90.), Sveučilište u Rijeci, Građevinski fakultet, Rijeka, 1998.

## **Mentor: Mario Plenković**

### **Odnosi s javnostima (public relations), propaganda (promidžba) ili strateško grafičko komuniciranje**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** U temi se analiziraju osnovni operativni komunikacijski pojmovi koji određuju odnose s javnostima, propagandu (promidžbu), javnost, javno mnijenje, te nove grafičke i multimedijske komunikacijske elemente za sustavno vođenje odnosa s javnostima koji su nužna pretpostavka za upravljanje novim modelima strateške grafičke komunikacije.

## **Literatura:**

G. Bentele, H. Steinmann & A. Zerfas (Hrsg.): DIALOGORIENTIERTE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION, Grundlagen – Praxierfahrungen- Perspektiven, Vistas, Berlin, 1996.

J. Habermas: STRUKTURNE SPREMEMBE JAVNOSTI, ŠKUC, Filozofska fakulteta, Ljubljana, 1989.

M. Plenković & B. Caratan (Edited by): COMMUNICATION AND SOCIETY, INFORMATOLOGIA, Separat Speciale no. 7, Referral Centre of the University Zagreb & Faculty of Political Science of the University of Zagreb, Zagreb, 1998.

M. Plenković: NOVI SUSTAV JAVNOG KOMUNICIRANJA, Novosti, Vinkovci, 1990.

M. Plenković: KOMUNIKOLOGIJA MASOVNIH MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1993.

M. Plenković: SUVREMENA RADIOTELEVIZIJSKA RETORIKA, Stvarnost, Zagreb, 1989.

G.A. Roggero: LE RELAZIONI PUBBLICHE, Franco Angeli, Milano, 1997.

XXX: VREGOV ZBORNIK, Javnost – The Public, Vol. VII (2000), suplement, EURICOM, Ljubljana, 2000.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Kultura vizualnog i medijskog komuniciranja**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Tema u teoriji i praksi komuniciranja doprinosi novim kreativnim oblicima kulture medijske i vizualne komunikacije (film, televizija, ambalaža, logotipi, tisak, knjige, brendiranje, Art Deco, Pop, Art...) kroz šest vizualnih komunikacijskih i medijskih perspektiva (osobna, povijesna, tehnička, kulturna i kritička) u globalnom komunikacijskom društvu.

### **Literatura:**

J. Fiske & J. Hartley: ČITANJE TELEVIZIJE, Barbat & Prova, Zagreb, 1992.

F. Ingils: TEORIJA MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1997.

A. Iris: LES AUTOROUTES DE L'INFORMATION, Presses Universitaires de France, Paris, 1996.

P.M. Lester: VISUAL COMMUNICATION, Thomson & Wadsworth, Belmont, 2003. A. Mattelart & M. Mattelart: THEORIES OF COMMUNICATION (A short Introduction), Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi, 1998.

J. Plenković i M. Plenković: DRUŠTVO, ZNANOST I TEHNOLOGIJA, (od str. 51. do str. 90.), Sveučilište u Rijeci, Građevinski fakultet, Rijeka, 1998.

### *Časopisi:*

INFORMATOLOGIJA, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb

JOURNAL OF COMMUNICATION, An official journal of the International Communication Association, Austin, TX., USA

**Mentor: Mario Plenković**

## **Medijska komunikologija u funkciji grafičke komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Medijska komunikologija kao interdisciplinarna znanost kreativno medijski osmišljava i povezuje grafičku komunikaciju u jedan »komunikacijski lanac« koji povezuje humanističke ideale čovječanstva kojeg nazivamo medijsko-grafička logika i retorika novog dolazećeg komunikacijskog doba.

### **Literatura:**

K.Alexander, Kompendium der visuellen Information und Kommunikation, Springer, Berlin/Heidelberg, 2007.

D. Crowlew & D. Mitchell (edited by): COMMUNICATION THEORY TODAY, Stanford University Press, Stanford, 1994.

K. Ducatel, J. Webster & W. Herrmann (edited by): THE INFORMATION SOCIETY IN EUROPE, Work and Life in an Age of Globalization, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Lanham-Boulder-New York-Oxford, 2000.

J. Everard: VIRTUAL STATES, The internet and the boundaries of the nation-state, Routledge, London and New York, New York 2000.

M. Plenković: KOMUNIKOLOGIJA MASOVNIH MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1993.

M. Plenković: SUVREMENA RADIOTELEVIZIJSKA RETORIKA, Stvarnost, Zagreb, 1989.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Medijska i grafička produkcija**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Medijsko-grafička produkcija (tisak, novine, časopisi, knjige, primarne, sekundarne i tercijarne publikacije, elektronički mediji, novi mediji, Internet i WEB medijska komunikacija) je predmet kvalitativne sadržajne produkcijske medijske i grafičke analize.

### **Literatura:**

Brantsom & R. Stafford: THE MEDIA STUDENT'S BOOK, Routledge, London and New York, 2000.

A. Chiarvesio & L. Lemmi: PERSONAL MEDIA, Dalla comunicazione di massa alla comunicazione in rete, Guerini Studio, Milano, 1996.

W. Donsbach & O. Jandura (Hg.): CHANCEN UND GEFAHREN DER MEDIEN DEMOKRATIE, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2003.

J. Fiske & J. Hartley: READING TELEVISION / ČITANJE TELEVIZIJE, Barbat & Prova, Zagreb 1992.

J. Groebel (ed.): NEW MEDIA DEVELOPMENTS: TRENDS IN COMMUNICATION, Boom Publishers the Netherlands, Amsterdam, 1997.

F. Ingils: TEORIJA MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1997., /MEDIA THEORY, Basil Blackwell, Oxford, 1997.

M. Plenković: SUVREMENA RADIO-TELEVIZIJSKA RETORIKA, Stvarnost, Zagreb, 1989.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Grafička komunikacija i korporacijska socijalna odgovornost**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Tema problematizira i propituje snažan razvoj korporativne grafičke komunikacijske produkcije i njezin utjecaj na korporacijsku socijalnu odgovornost na svim razinama grafičko medijske korporativne komunikacije (lokalno, nacionalno, regionalno i globalno).

### **Literatura:**

P.G. Clappitt, Communicating for Managerial Effectiveness, Sage Publ., Newbury Park, 2001.

B.P. Crosby: Kvaliteta je besplatna, Privredni vjesnik, Zagreb, 1989.

V.Grahovac (Ed.): Business communication and mass media / Poslovno komuniciranje i masovni mediji, Alinea, Zagreb, 1992

J.Plenković: Komuniciranje i etika, HKD & Nonacom, Zagreb/Rijeka, 2004. M. Plenković, Komunikologija, HKD & Nonacom, Zagreb, 2002.

E.Vlajki, Uvod u komuniciranje postmodernizma, Fakultet za političke i društvene nauke, Banja Luka, 2007.



**Mentor: Mario Plenković**  
**Grafički dizajn u političkim i medijskim kampanjama**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Grafički dizajn u političkim i medijskim kampanjama danas se promatra kao jedan od važnih komunikacijskih alata za osmišljavanje i upravljanje diskurzivnim medijskim kompetencijama koje se sastoje u odmjeravanju komunikativne kreativne moći na razini osobnog, grupnog, korporativnog, nacionalnog i globalnog u političkim i medijskim kampanjama.

**Literatura:**

A. Gregory, Planiranje i upravljanje kampanjama / Planning and Managing Public Relations Campaigns (prijevod s engleskog jezika), Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2006.

M.Klaman, Lobiranje / Le lobbying et ses secretes, Clio, Beograd/Paris, 2004.

B.McNair, Uvod u političku komunikaciju / An Introduction to Political Communication, Udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2003.

M. Plenković, Suvremena RTV retorika (reprint), HKD & Nonacom, Zagreb, 2004.

L.R. Potter, Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija /The Communication Plan: The Heart of Strategic Communication, prijevod Hrvoja Heffer, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2007.

V.Rosić, Komunikacija, pregovaranje, lobiranje, Institut za istraživanje i razvoj obrambenih sustava, Zagreb, 2008.

D.Ruisinger, Online Relations, Leitfaden fur moderne PR im Netz, Schaffer – Poeschel Verlag, Tutgart, 2007.

**Mentor: Mario Plenković**  
**Grafički dizajn u promociji hrvatskog turizma**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Turističko komuniciranje je dio globalnog komuniciranja i međunarodne propagande koja grafički dizajn koristi u promociji hrvatskog turizma kao sredstvo za promoviranje hrvatskih turističkih ponuda u cilju uvjeravanja turista za dragovoljno

mijenjanje stavova i mišljenja te prihvaćanja i odabira Hrvatske kao poželjne turističke destinacije.

### **Literatura:**

K.Alexander, Kompendium der visuellen Information und Kommunikation, Springer, Berlin/Heidelberg, 2007.

S.Hybls & R.L. Weaver II, Communicatig Effectively, McGraw Hill, Boston/Toronto, 2007.

R.Lankau, Lehrbuch Mediengestaltung, Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung, Dpunkt Verlag, Heidelberg, 2007.

M. Plenković, Komunikologija, HKD & Nonacom, Zagreb, 2002.

XXX: NOVINARSTVO I NOVI SVJETOVI KOMUNICIRANJA / JOURNALISM AND THE NEW WORLDS OF COMMUNICATION, Glas Slavonije & Nonacom, Osijek – Zagreb, 1993.

XXX: NOVINARSTVO, ŠPORT I TURIZAM / JOURNALISM, SPORTS AND TOURISM, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 1997.

XXX: KOMUNICIRANJE I TURIZAM / COMMUNICATION AND TOURISM, INFORMATOLOGIA 34, 2001., 1-2, 1.-165.

XXX: Zbornik radova: POSLOVNO KOMUNICIRANJE I MASOVNI MEDIJI / BUSINESS COMMUNICATION AND MASS MEDIA, Alinea, Zagreb, 1991.

### **Mentor: Mario Plenković**

### **Uloga komunikologa i grafičkog konzultanta u promotivnim kampanjama**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

Opis teme: Tema analizira humanističke, antropološke i aksiološke kriterije koje definiraju istinskog komunikatora i grafičkog konzultanta u kreaciji i afirmaciji izražajne slobode u svim oblicima autonomnog, slobodnog rada i stvaralaštva po principu »sub speciae libertatis« kojim se uloga konzultanta stavlja u službu oslobađanja čovjeka, njegova rada i njegovih odnosa u kreiranju promotivnih kampanja.

### **Literatura:**

B.P. Crosby: Kvaliteta je besplatna, Privredni vjesnik, Zagreb, 1989.

M.Kunczik & A.Zipfel, Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Ured u Zagrebu, Zagreb, 2006.

J.Fiske, Uvod u komunikacijske studije / Introduction to Communication Studies, Fakuleta za društvene vede, Ljubljana, 2005.

S.Hybels & R.L. Weaver II, Communicatig Effectively, McGraw Hill, Boston/Toronto, 2007.

M.Kunczik & A.Zipfel, Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Ured u Zagrebu, Zagreb, 2006.

R.Lankau, Lehrbuch Mediengestaltung, Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung, Dpunkt Verlag, Heidelberg, 2007.

M.Plenković: Poslovna komunikologija: Kultura poslovnog komuniciranja, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 2003.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Grafička industrija i nova retorika poslovne komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Poznavanje osnovnih poslovnih i misaonih tokova i zakonitosti grafičke industrije u procesu poslovne komunikacije diplomatska tema problematizira i analizira u procesu formiranja istinske poslovne retorike koja podrazumijeva dobro jezično (kodno) oblikovanje misli i poruka poslovne grafičke industrije u retorici poslovne komunikacije koja iz statusa per me (grafičke industrije), u procesu poslovne komunikacije, dopire i do statusa per nos kao poslovna vrijednost grafičke industrije.

### **Literatura:**

B. Bebek, A. Kolumbić: Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, 2000.

B. Gates: Poslovanje brzinom misli, Izvori, Zagreb, 1999. V.Grahovac (Ed.): Business communication and mass media / Poslovno komuniciranje i masovni mediji, Alinea, Zagreb, 1992.

M.Plenković: Poslovna komunikologija: Kultura poslovnog komuniciranja, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 2003.

M.Plenković: Poslovna komunikologija, Alinea, Zagreb, 1991.

J.Plenković : Profesionalna etika, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 2003.

**Mentor: Mario Plenковиć**

## **Elektronički mediji u novom konvergentnom komunikacijskom okruženju**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Diplomaska tema analizira medijsku digitalizaciju kao tehnološki i komunikološki proces prilagodbe elektroničkih medija u novo konvergentno medijsko okruženje s ciljem analiziranja (empirijsko istraživanje) i sistematiziranja nove društveno (ne)korisne konvergentne medijske digitalne produkcije.

### **Literatura:**

A.Briggs & P.Burke, Socialna zgodovina medijev, Od Gutenberga do Interneta /A Social History of the Media – From Gutenberg to the Internet, Prevod Marijan Sedmak, Založba Sophia, Ljubljana, 2005.

P.G. Clampitt, Communicating for Managerial Effectiveness, Sage Publ., Newbury Park, 2001.

M.Plenković: KOMUNIKOLOGIJA MASOVNIH MEDIJA, Barbat, Zagreb, 1993.

F. Vreg: DEMOKRATSKO KOMUNICIRANJE, NUB BIH , Ljubljana/Sarajevo, 1991.  
XXX: FEW VOICES, MANY WORLDS, Towards a Media Reform Movement (Edited by M. Traber & K. Nordenstreng), World Association for Christian Communication, London, 1992.

XXX: INTERNATIONALES HANDBUCH FÜR HÖRFUNK UND FERNSEHEN, Hans – Bredow – Institut, Baden-Baden, Hamburg.

XXX: NEUE MEDIEN (Band 3), Kabek- und Satellitenrundfunk, Deutscher Gemeindeverlag & Verlag W. Kohlhammer, Koln, 1986.

**Mentor: Mario Plenковиć**

## **Semantička teorija humora i medijska komunikacija**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Tema obrađuje inkongruentnu semantičku teoriju humora u procesu empirijske analize upotrebne pojmovne interpretativne terminologije (kombinacija upotrebnog izraza i teksta) na odabranim primjerima komparativne medijske analize (Večernji list, Jutarnji list i Vjesnik).

## **Literatura:**

B.McNair, Uvod u političku komunikaciju / An Introduction to Political Communication, Udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2003.

M. Plenković, Suvremena RTV retorika (reprint), HKD & Nonacom, Zagreb, 2004.

L.R. Potter, Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija /The Communication Plan: The Heart of Strategic Communication, prijevod Hrvoja Heffer, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2007.

S.Tkalac: Teorija humora, HKD & Nonacom, Zagreb, 2008.

H. Turković: TEORIJA FILMA, Prizor, montaža, tematizacija; Meandar, Zagreb, 1994.

S. Uhan: PRAVA IN NEPRAVA MNENJA, Vpliv konteksta v raziskovanju javnega mnenja, Znanstvena knjižnica Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, 1988.

XXX: NOVINARSTVO I DEMOKRACIJA / JOURNALISM AND DEMOCRACY, INFORMATOLOGIA 29/30., 1996., 3-4. 1997.; 1-4., 85-254., Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, 1998.

## **Mentor: Mario Plenković**

### **Empirijska istraživanja javnosti o efektima grafičke komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Diplomaska tema je empirijsko istraživanje javnosti o utjecaju grafičko oblikovanih turističkih poruka (turistički prospekti / plakati) na stavove i mišljenja (građansko uvjerenje) građana u procesu interiorizacije primljenih turističkih poruka (metodom opažanja) u cilju izbora turističke destinacije.

## **Literatura:**

G. Clappitt, Communicating for Managerial Effectiveness, Sage Publ., Newbury Park, 2001.

H.M.Kaase & W.Schulz, Massen kommunikation, Theorien, Methoden, Befunde, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1999.

M.Plenković, Kvalitativna metodologija (Priručnik), Poslijediplomski i doktorski studij iz informacijskih znanosti & HKD, Zagreb, 2003.

S.H.Priest, Doing Media Research, An Introduction, Sage Publication, London, 2006.

D.Ruisinger, Online Relations, Leitfaden für moderne PR im Netz, Schaffer – Poeschel Verlag, Tutgart, 2007.

F.Vreg, Politički marketing, Fakulteta za društvene vede, Ljubljana, 2003.

**Mentor: Mario Plenković**

**Primjenjena komunikološka istraživanja za analizu i procjenu kriterija učinkovite vizualne komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** U diplomskom radu se istražuje i analizira učinkovito medijsko vizualno oglašavanje (poruke javnosti) na primjeru promidžbenih jumbo-plakata hrvatskih gospodarskih korporacija (ili turističkih destinacija ili hrvatskih političkih stranaka) na temelju 20 odabranih komunikoloških i profesionalnih kriterija.

**Literatura:**

Kučiš, V. / Plenković, M. (2010), Komunikator kao posrednik interkulturalne komunikacije, HKD & Nonacom, Zagreb.

Plenković, M.(2003), Komunikologija masovnih medija, Kultura komuniciranja, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb.

Plenković, M. / Kučiš, V.(2004), Das Mediensystem Kroatiens. U: Medien: internationales Handbuch, (Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen, 2004/2005). Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Baden-Baden: Nomos, (383-390).

Plenković, M. (2008), Visual Communication and Cultural Hybridization of the Global Society, u: Proceedings, 12. International conference of printing, design and graphic communication „Blaž Baromić 2008“, University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts, Split.

Plenković, M. (2007), Visual Communication and Holistic Strategy of public Action Design and Interactive Media, u: Proceedings“, 11. International conference of printing, design and graphic communication „Blaž Baromić 2007“, University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts Zadar.

Plenković, M./ Mustić, D. / Hadžić, S. (2008), Tehnologija vizualne procjene izbornog uspjeha parlamentarnih stranaka na temelju promidžbenih Jumbo-plakata, u: Društvo i tehnologija 2008., Hrvatsko komunikološko društvo, Zadar.

**Mentor: Mario Plenković**

## **Kulturne prepreke i kulturne dimenzije interkulturalne komunikacije**

**Područje:** Komunikologija grafičkog dizajna, Medijska komunikacija, Poslovna komunikologija

**Prikladno za studij:** Dizajn grafičkih proizvoda, Multimedija, Nakladništvo, Grafički menadžment, Ambalaža, Grafička tehnologija.

**Preduvjeti:** nema

**Opis teme:** Tema obrađuje kulturne prepreke u postizanju i razumijevanju drugih komunikacijskih kultura analizirajući šest kulturnih prepreka: (1) anksioznost (pošiljatelj ne zna što njega čeka u novom interakcijskom iskustvu), (2) pretpostavljanje sličnosti umjesto razlika, (3) etnocentrizam (negativno ocjenjivanje drugih kultura), (4) stereotipi (negativno mišljenje o drugima), (5) predrasude (iracionalne sumnje) i (6) neverbalne interpretacije (znakovi i simboli) i pet kulturnih dimenzija: (1) blizina, (2) individualnost nasuprot kolektivizmu, (3) muževnost nasuprot ženstvenosti, (4) dimenzija moći i (5) Visoki kontekst nasuprot niskome u procesu interkulturalne komunikacije.

### **Literatura:**

McNair, B. (2003), Uvod u političku komunikaciju, Udžbenik Sveučilišta u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti, Zagreb.

Pelc, M. (2002), Pismo, knjiga, slika, Uvod u informacijske kulture, Golden Marketing, Zagreb.

Plenković, M. / Kučiš, V.(2004), Das Mediensystem Kroatiens. U: Medien: internationales Handbuch, (Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen, 2004/2005). Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Baden-Baden: Nomos, (383-390).

Skledar, N.(2002), Osnove znanosti o kulturi, „Baltazar Adam Krčelić“, Zagreb.

Stojković, B. (2002), Identitet i komunikacija, Biblioteka Agora, Beograd.

Vlajki, E. (2007), Uvod u komuniciranje postmodernizma, Fakultet za političke i društvene nauke, Biblioteka stručna knjiga, Banja Luka.

Vreg, F. (1998), Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo & Nonacom, Zagreb, 1998.

**Prof.dr.sc. Mario Plenković**  
**Voditelj Katedre za komunikologiju**