



Tablica 2. Opis predmeta

1. OPĆE INFORMACIJE			
1.1. Nositelj predmeta	Prof.dr.sc. Nada Zgrabljic Rotar	1.6. Godina studija	3.
1.2. Naziv predmeta	Vizualna komunikacija	1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)	4 ECTS
1.3. Suradnici	Tamara Kunić	1.8. Način izvođenja nastave (broj sati P+V+S+e-učenje)	15+0+15
1.4. Studijski program (preddiplomski, diplomski, integrirani)	Preddiplomski	1.9. Očekivani broj studenata na predmetu	19
1.5. Status predmeta	Obvezni izborni	1.10. Razina primjene e-učenja (1, 2, 3 razina), postotak izvođenja predmeta <i>on line</i> (maks. 20%)	1
2. OPIS PREDMETA			
2.1. Ciljevi predmeta	Cilj ovoga kolegija je upoznati studente s različitim oblicima vizualne komunikacije u medijima i ulozi vizualne komunikacije u neverbalnoj interpersonalnoj i masovnoj komunikaciji. Cilj je mediji također istražiti i proučiti posebno one medije koji su utemeljeni na vizualnoj komunikaciji (televizija, film, plakat, reklama) te istražiti kreativne i inovativne perspektive vizualne komunikacije kroz odnos novih komunikacijskih medija i vizualnih umjetnosti.		
2.1. Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet			
2.2.			
2.3. Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	Reproducirati relevantne teorije, osnovne koncepte i alate u području vizualne komunikacije. Prepoznati osnovne karakteristike vizualne komunikacije u različitim razdobljima i njen utjecaj na medije. Usvojiti nove spoznaje o odnosu digitalne tehnologije i tradicionalne kulture, odnosno utjecaju novih medija na vizualne umjetnosti. Definirati i analizirati znakove vizualnog jezika na raznim razinama proizvodnje i korištenja vizualnih medija. Prepoznati probleme suvremene vizualne komunikacije i njezine izazove. Koristiti literaturu pri izradi znanstvenih i stručnih tekstova..		
2.4. Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	1. Teorija vizualne estetike i teorija percepcije 2. Teorije reprezentacije: što „vidimo“ kad gledamo, značenje simbola i teksta 3. Teorija prihvaćanja – vizualna pismenost		

	<p>4. Potrošačka kultura – reklame, političke kampanje</p> <p>5. Apstraktna simbolika – slikovno pismo, piktogrami, ideogrami</p> <p>6. Likovna umjetnost – slikarstvo, kiparstvo, strip, fotografija</p> <p>7. Dramska umjetnost, film i televizija, crtani film</p> <p>8. Vizualne komunikacije javnog prostora – arhitektura, urbanizam</p> <p>9. Dizajn – ambalaža, logotipi</p> <p>10. Vizualna moć riječi – tisak, knjige</p> <p>11. Neverbalno komuniciranje odjećom</p> <p>12. Vizualna komunikacija u kulturama i supkulturama</p> <p>13. Grafička komunikacija i razvoj novih informacijskih tehnologije, multimedija i hologrami</p> <p>14. Vizualnost novih medija</p> <p>15. Uloga vizualne komunikacije u političkoj komunikaciji.</p>					
2.5. Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad	2.6. Komentari:			
2.7. Obveze studenata	Prisustvovanje predavanjima, aktivno slušanje i praćenje rada radijskih postaja u Hrvatskoj (Zagrebu), bilježenje odslušanog programa i aktivno i spremno sudjelovanje u raspravama, priprema seminarskog rada, proučavanje i svladavanje literature.					
2.8. Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,5 ECTS	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Slušanje i bilježenje	0,5 ECTS
	Esej		Seminarski rad	1 ECTS	(Ostalo upisati)	
	Kolokviji	1 ECTS	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit	1 ECTS	Projekt		(Ostalo upisati)	

2.1. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	5 % prisustvovanje predavanjima 5 % sudjelovanje u raspravama 20 % priprema praktičnih zadataka 70 % kolokviji i/ili završni ispit		
2.2. Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	Barthes, R. (1989) <i>Carstvo znakova</i> . Zagreb: August Cesarec.	4	
	Jenks, C. (2002), <i>Vizualna kultura</i> , Naklada Jesenski i Turk, Zagreb		
	Paić, Ž. (2008) <i>Vizualne komunikacije</i> . Centar za vizualne studije: Zagreb.		Web-pdf.
	Turković, V. (2006). Komunikacija putem vizualne umjetnosti u međunarodnoj suradnji. <i>Socijalna ekologija</i> , Vol. 15, br. 4 :325-337.		Web-pdf.
	Zgrabljic Rotar, N. (ur.) (2011), <i>Digitalno doba: masovni mediji i digitalna kultura</i> , Sveučilište u Zadru, Zadar/Zagreb	1	
2.12. Dopusna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskoga programa)	Baldwin J., Roberts, L. (2006), <i>Visual Communication, From Theory to Practice</i> , AVA Publishing, Lausanne. Messaris, P. (1997). Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising . Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Manovich, L. (2001), <i>The Language of New Media</i> , MIT, New York. Paić, Ž. (2007) <i>Vrtoglavica u modi: prema vizualnoj semiotici tijela</i> . Zagreb: Altagama. Smith, K., Moriarty, S, Barbatsis, G., Kenney, K., (2005), <i>Handbook of Visual Communication: Theory, Methods and</i>		

	<p><i>Media</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers London.</p> <p>Ortega yGasset, José (2002) »Oživljavanje slike«. <i>EuropskiGlasnik</i>.br.7</p> <p>Sachs–Hombach, K. (2006) <i>Znanost o slici: discipline, teme, metode</i>. Zagreb: Izdanja Antibarbarus.</p> <p>Virno, P. (2005) »Čudo, virtuoznost i već viđeno: Fenomen 'déja`vu' i kraj povijesti«. <i>Tvrđa</i>.br. 1–2.</p>
2.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih kompetencija	Unutarnja i vanjska evaluacija.
2.13. Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	Za studente je obavezno slušati radijske programe i obavezna je praksa ili barem posjete radijskim postajama.