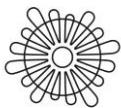


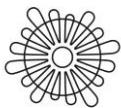
Izvedbeni plan nastave (syllabus)*

Naziv kolegija	SEMIOTIKA OGLAŠAVANJA (IKB 591)				akad. god.	2022./2023.	
Naziv studija	KULTURNA I PRIRODNA BAŠTINA TURIZMU				ECTS	5	
Sastavnica	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti						
Razina studija	<input type="checkbox"/> preddiplomski	<input checked="" type="checkbox"/> diplomski	<input type="checkbox"/> integrirani	<input type="checkbox"/> poslijediplomski			
Vrsta studija	<input checked="" type="checkbox"/> jednopredmetni <input type="checkbox"/> dvopredmetni	<input type="checkbox"/> sveučilišni	<input type="checkbox"/> stručni	<input type="checkbox"/> specijalistički			
Godina studija	<input type="checkbox"/> 1.	<input checked="" type="checkbox"/> 2.	<input type="checkbox"/> 3.	<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.		
Semestar	<input checked="" type="checkbox"/> zimski	<input type="checkbox"/> I.	<input type="checkbox"/> II.	<input checked="" type="checkbox"/> III.	<input checked="" type="checkbox"/> IV.	<input type="checkbox"/> V.	
	<input type="checkbox"/> ljetni	<input type="checkbox"/> VI.	<input type="checkbox"/> VII.	<input type="checkbox"/> VIII.	<input type="checkbox"/> IX.	<input type="checkbox"/> X.	
Status kolegija	<input type="checkbox"/> obvezni kolegij	<input checked="" type="checkbox"/> izborni kolegij	<input checked="" type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela	Nastavničke kompetencije	<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NE		
Opterećenje	15	P	30	S	V	Mrežne stranice kolegija	<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NE
Mjesto i vrijeme izvođenja nastave	https://tikz.unizd.hr/raspored			Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij	Hrvatski Engleski		
Početak nastave	3.listopada 2022.			Završetak nastave	27. veljače 2023.		
Preduvjeti za upis kolegija							
Nositelj kolegija	Izv. prof. dr. sc. Vlado Sušac						
E-mail	vsusac@unizd.hr			Konzultacije	Pon 19.00 – 20.00		
Izvodač kolegija							
E-mail				Konzultacije			
Suradnik na kolegiju							
E-mail				Konzultacije			
Suradnik na kolegiju							
E-mail				Konzultacije			
Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> e-učenje	<input type="checkbox"/> terenska nastava		
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža	<input type="checkbox"/> laboratorij	<input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad	<input type="checkbox"/> ostalo		
Ishodi učenja kolegija	<p>Identificirati poruku kao semiotički tekst i pojedinačne označitelje, odnosno resurse unutar teksta.</p> <p>Provesti odgovarajuću sintagmatsku i paradigmatsku kao i multimodalnu analizu odabranog teksta.</p> <p>Raščlaniti intertekstualne odnose prisutne u poruci.</p> <p>Otkriti raznovrsne kodove unutar teksta i kritički ih prosuditi.</p> <p>Sintetizirati metaforičke i metonimijske konceptualne parove analizom srodnih pojedinačnih primjera i kreirati vlastite temeljem istih.</p> <p>Procijeniti kvalitetu oglašivačkih poruka s obzirom na njihovu namjenu.</p>						
Ishodi učenja na razini programa kojima kolegij doprinosi	<ul style="list-style-type: none"> - Oblikovati i prezentirati odgovarajući destinacijski marketing - Povezati korištenje različitih komunikacijsko informacijskih metoda i alata u cilju ostvarenja uspešne integrirane marketinške komunikacije u turizmu i kulturi 						

* Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



Načini praćenja studenata	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input checked="" type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input type="checkbox"/> domaće zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input type="checkbox"/> istraživanje
	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input type="checkbox"/> izlaganje	<input type="checkbox"/> projekt	<input checked="" type="checkbox"/> seminar
	<input type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
Uvjjeti pristupanja ispitu	Svaki je student dužan izraditi bar jedan praktični rad u kojem će na samostalno odabranom multimodalnom tekstu primijeniti usvojene elemente semiotičke analize uz njihova odgovarajuća teorijska objašnjenja.				
Ispitni rokovi	<input type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> ljetni ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok
Termini ispitnih rokova	https://tikz.unizd.hr/ispitni-rokovi				
Opis kolegija	Cilj je ovog predmeta da se studenti upoznaju sa semiotikom kao općom teorijom znakova i s temeljnim pojmovima iz strukturalne i društvene semiotike da bi ih mogli odgovarajuće primijeniti pri analizi raznovrsnih semiotičkih tekstova u domeni oglašavanja. Uzimajući u obzir sve aspekte znaka kao sastavnice koda i poruke od njegove strukturiranosti kroz sintagmatske i paradigmatske odnose, kao i svih drugih konotativnih i intertekstualnih relacija generiranih kroz oglašivačku poruku, poseban je cilj da studenti steknu sposobnost kritičkog vrjednovanja takvih poruka, čime se stječu i dodatne mogućnosti kreiranja vlastitih rješenja u oglašavanju.				
Sadržaj kolegija (nastavne teme)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u semiotiku - znakovi 2. Od strukturalizma do društvene semiotike - 3. Multimodalni aspekti oglašivačke poruke 4. Sintagmatska analiza u oglašavanju 5. Paradigmatska analiza u oglašavanju 6. J. Greimas i semiotički kvadrat 7. Denotacija, konotacija, mit 8. R. Barthes – retorika oglašivačke ideologije 9. Konceptualna metafora u oglašavanju 10. Metonimija i sinergdoha u oglašavanju 11. Tipografija u oglašavanju 12. Intertekstualnost u oglašavanju 13. Postmodernizam i dekonstrukcija 14. Diskurzivne prakse u brendiranju 15. Sociosemiotika oglašivačkog diskursa 				
Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Chandler, Daniel: <i>Semiotics: the Basics</i>, Routledge, London, 2002. 2. Sušac, V. <i>Kognitivna semiotika oglašavanja</i>, Morepress, Zadar, 2002 3. Leeuwen, T. v., <i>Introducing Social Semiotics</i>, Routledge, NY, 2005 				
Dodatna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Noeth, Winfried: <i>Priručnik semiotike</i>, Ceres, Zagreb, 2004. (poglavlje: Oglašavanje) 2. Traini, S.: <i>Semiotica della comunicazione pubblicitaria</i>, Bompiani, Milano, 2008. 3. Kress, G. / Van Leeuwen, T.: <i>Reading Images</i>, Routledge, London, 2006 				
Mrežni izvori	https://moodle.srce.hr/				
Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)	Samo završni ispit				
	<input checked="" type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit	<input type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće	<input type="checkbox"/> kolokvij / zadaće i završni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> seminarски rad	<input type="checkbox"/> seminarски rad i završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad
Način formiranja završne ocjene (%)	50 % seminarски rad, 50% završni ispit				
Ocenjivanje /upisati postotak ili	0-59	% nedovoljan (1)			



broj bodova za elemente koji se ocjenjuju/	60-69	% dovoljan (2)
	70-79	% dobar (3)
	80-89	% vrlo dobar (4)
	90-100	% izvrstan (5)
Način praćenja kvalitete	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo	
Napomena / Ostalo	<p>Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademска izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.</p> <p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa</i> Sveučilišta u Zadru, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...]</p> <p>Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povrjetu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none">- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijekom dopušteno;- razne oblike krivotvoreњa kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitiima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvoreњe rezultata ispita“. <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultirat će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <u>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru</u>.</p> <p>U elektronskoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom, te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom.</p> <p>U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima potrebni AAI računi. <i>/izbrisati po potrebi/</i></p>	