



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)^{1*}

Naziv kolegija	Upravljanje informacijskim ustanovama					akad. god.	2020./2021.				
Naziv studija	Redovni studij Informacijskih znanosti					ECTS	6				
Sastavnica	Odjel za informacijske 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 type="checkbox"/> zimski		<input checked="" type="checkbox"/> I.		<input type="checkbox"/> II.		<input type="checkbox"/> III.		<input type="checkbox"/> IV.		
	<input checked="" type="checkbox"/> ljetni		<input type="checkbox"/> VI.		<input type="checkbox"/> VII.		<input type="checkbox"/> VIII.		<input type="checkbox"/> IX.		
Status kolegija	<input checked="" type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela		Nastavničke kompetencije		<input type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
	15		P		V 3 0 S		Mrežne stranice kolegija u sustavu za e-učenje		<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
Mjesto i vrijeme izvođenja nastave	Predavanja: travanj, svibanj Semanari: petkom, 10:00-10:30h					Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij				hrvatski	
Početak nastave	25.2.2021.					Završetak nastave				4.6.2021.	
Preduvjet i za upis kolegija	nema										
Nositelj kolegija	izv. prof. dr. sc. Alessandro Gandolfo										
E-mail	alessandro.gandolfo@unipi.it					Konzultacije	putem Skype-a po dogovoru				
Izvođač kolegija											
E-mail						Konzultacije					
Suradnik na kolegiju	Zrinka Džoić, asistentica										
E-mail	zdzoic@unizd.hr					Konzultacije	četvrtkom, 14:00-16:00h				
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 checked="" type="checkbox"/> e-učenje		<input type="checkbox"/> terenska nastava		
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci		<input type="checkbox"/> multimedija i mreža		<input type="checkbox"/> laboratorij		<input type="checkbox"/> mentorski rad		<input type="checkbox"/> ostalo		

^{1*} Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Ishodi učenja kolegija	<ul style="list-style-type: none">• ovladati teorijskim konceptima upravljanja;• razumjeti i pokazati vještinu interpretacije temeljnih načela upravljanja i upravljačke prakse• razumjeti uloge, funkcije i aktivnosti upravljanja u informacijskim ustanovama;• razumjeti organizacijske ciljeve, planove, politike, prakse, i procedure koje se primjenjuju pri upravljanju informacijskim ustanovama;• definirati koncepte organizacijske arhitekture• prepoznati faktore koji utječu na odabir organizacijske strukture• razumjeti organizacijsku kulturu na primjerima iz svijeta i Hrvatske• razumjeti suvremene organizacijske koncepte i utjecaj novih IK tehnologija na organizaciju i upravljanje• analizirati upravljačke funkcije s posebnim naglaskom na informacijske ustanove i mreže• razvijati strategije i programe za upravljanje informacijskim ustanovama, službama i uslugama• razumjeti i opisati tehnike i metode upravljanja ljudskim potencijalima u informacijskim ustanovama i mrežama• ovladati upravljanjem projektima, vremenom, komunikacijom na društvenim mrežama i dr.• razumjeti važnost marketinga• izraditi samostalno strateške dokumente (marketinški plan, misija, vizija) i prijedlog projekta za uvođenje nove usluge ili nove zbirke/zgrade/opreme				
Ishodi učenja na razini programa kojima kolegij doprinosi	<ul style="list-style-type: none">• razumjeti i tumačiti društveno-ekonomski i kulturni kontekst u kojemu djeluju informacijske ustanove i mreže i njihovu društvenu ulogu te samostalno interpretirati utjecaj računala i informacijsko-komunikacijskih sustava na pojedince, organizacije i društvo• razumjeti, tumačiti i primijeniti temeljna načela upravljanja informacijskim ustanovama, uključujući planiranje i izgradnju odgovarajućih fizičkih i mrežnih prostora, u skladu s profesionalnim, etičkim, pravnim i sigurnosnim načelima i odgovornostima• razumjeti i primijeniti suvremene metodološke pristupe pri istraživanjima i razvoju organizacijskih i informacijskih sustava, te oblikovanju organizacije i organizacijske strukture• prepoznati probleme u upravljanju informacijskim ustanovama, sustavima i mrežama (konkretne, virtualne i simulacije) te ponuditi opcije za njihovo rješavanje				
Načini praćenja studenata	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input checked="" type="checkbox"/> domaće zadaće	<input type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input type="checkbox"/> istraživanje
	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input checked="" type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" 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:	
Uvjeti pristupanja ispitu	Prikupljeno najmanje 60% ukupnih bodova iz zadaća i seminarskih radova. Napomena: Zadaće i seminari moraju biti predani najkasnije dva tjedna prije ispitnog roka. Zadaće, marketinški plan i projekt predaju se na Merlin, na za to predviđeno mjesto u zadanom roku. Zadaće i projekti predani nakon roka vrednovat će se s maksimalno 50% od ukupnih bodova. Uvjet za izlazak na pismeni ispit su svi predani zadaci.				
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			lipanj 2021.	rujan 2021.	



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Opis kolegija	Kroz ovaj kolegij istaknut ćemo praktičnu primjenu upravljanja informacijskim ustanovama, s naglaskom na knjižnice. Studenti će naučiti kako pridonijeti ekonomskom, društvenom i kulturnom napretku zajednice te se pripremati za odgovorne uloge i vođenje informacijskih ustanova. Biti će u stanju opisati općenita poslanja i vrijednosti informacijskih ustanova, posebice knjižnica, kao i promjene koje utječu na ta poslanja i oblikuju današnji i budući razvoj informacijskih ustanova. Obradit će se osnovni koncepti, definicije, okviri i principi upravljanja. Poseban naglasak biti će na upravljanju projektima, upravljanju vremenom i marketingu, s osvrtom na upravljanje komunikacijom na društvenim mrežama u cilju marketinga knjižničnih zbirki i usluga. Razmatrat će se važnost strateških dokumenata, pravilnika i izvještavanja. Obradit će se principi planiranja, financiranja, upravljanja ljudskim resursima, zagovaranja, pregovaranja kao i koncepti razvijanja partnerstva i suradnje te vodstva.																																														
Sadržaj kolegija (nastavne teme)	<table border="1"><tr><td>0P</td><td>Uvod u kolegij</td></tr><tr><td>1P</td><td>Temeljno obilježje neprofitnih ustanova; Izazovi upravljanja neprofitnim ustanovama</td></tr><tr><td>1S</td><td>Sabolović Krajina - Narodne knjižnice u tranziciji</td></tr><tr><td>2P</td><td>Opće odrednice menadžmenta neprofitnih ustanova</td></tr><tr><td>2S</td><td>Spoznavanje okruženja I organizacije</td></tr><tr><td>3S</td><td>Različite razine menadžmenta</td></tr><tr><td>4S</td><td>Planiranje djelovanja neprofitnih ustanova</td></tr><tr><td>5S</td><td>Analiza strateških planova AKM ustanova</td></tr><tr><td>6S</td><td>Vještine za učinkovito upravljanje organizacijom</td></tr><tr><td>7S</td><td>Organizacija rada I upravljanje vremenom</td></tr><tr><td>8S</td><td>Upravljanje projektima</td></tr><tr><td>9S</td><td>Upravljanje projektima</td></tr><tr><td>10S</td><td>Vodstvo i vođenje u neprofitnim organizacijama</td></tr><tr><td>3P</td><td>Marketing neprofitnih ustanova: opće odrednice marketinga neprofitnih organizacija</td></tr><tr><td>11S</td><td>Vodstvo I vođenje u neprofitnim organizacijama</td></tr><tr><td>4P</td><td>Marketing: planiranje i primjena</td></tr><tr><td>5P</td><td>Provedba strategije marketinškim miksom ; segmentacija, targetiranje I pozicioniranje</td></tr><tr><td>6P</td><td>Provedba strategije marketinškim miksom ; strategija distribucije, promocija I marketinška komunikacija</td></tr><tr><td>7P</td><td>Odnosi s javnošću</td></tr><tr><td>12S</td><td>Brendiranje knjižnice</td></tr><tr><td>13S</td><td>Termin za izradu projekata</td></tr><tr><td>14S</td><td>Predstavljanje projektnih planova</td></tr><tr><td>15S</td><td>Predstavljanje marketinških planova</td></tr></table>	0P	Uvod u kolegij	1P	Temeljno obilježje neprofitnih ustanova; Izazovi upravljanja neprofitnim ustanovama	1S	Sabolović Krajina - Narodne knjižnice u tranziciji	2P	Opće odrednice menadžmenta neprofitnih ustanova	2S	Spoznavanje okruženja I organizacije	3S	Različite razine menadžmenta	4S	Planiranje djelovanja neprofitnih ustanova	5S	Analiza strateških planova AKM ustanova	6S	Vještine za učinkovito upravljanje organizacijom	7S	Organizacija rada I upravljanje vremenom	8S	Upravljanje projektima	9S	Upravljanje projektima	10S	Vodstvo i vođenje u neprofitnim organizacijama	3P	Marketing neprofitnih ustanova: opće odrednice marketinga neprofitnih organizacija	11S	Vodstvo I vođenje u neprofitnim organizacijama	4P	Marketing: planiranje i primjena	5P	Provedba strategije marketinškim miksom ; segmentacija, targetiranje I pozicioniranje	6P	Provedba strategije marketinškim miksom ; strategija distribucije, promocija I marketinška komunikacija	7P	Odnosi s javnošću	12S	Brendiranje knjižnice	13S	Termin za izradu projekata	14S	Predstavljanje projektnih planova	15S	Predstavljanje marketinških planova
0P	Uvod u kolegij																																														
1P	Temeljno obilježje neprofitnih ustanova; Izazovi upravljanja neprofitnim ustanovama																																														
1S	Sabolović Krajina - Narodne knjižnice u tranziciji																																														
2P	Opće odrednice menadžmenta neprofitnih ustanova																																														
2S	Spoznavanje okruženja I organizacije																																														
3S	Različite razine menadžmenta																																														
4S	Planiranje djelovanja neprofitnih ustanova																																														
5S	Analiza strateških planova AKM ustanova																																														
6S	Vještine za učinkovito upravljanje organizacijom																																														
7S	Organizacija rada I upravljanje vremenom																																														
8S	Upravljanje projektima																																														
9S	Upravljanje projektima																																														
10S	Vodstvo i vođenje u neprofitnim organizacijama																																														
3P	Marketing neprofitnih ustanova: opće odrednice marketinga neprofitnih organizacija																																														
11S	Vodstvo I vođenje u neprofitnim organizacijama																																														
4P	Marketing: planiranje i primjena																																														
5P	Provedba strategije marketinškim miksom ; segmentacija, targetiranje I pozicioniranje																																														
6P	Provedba strategije marketinškim miksom ; strategija distribucije, promocija I marketinška komunikacija																																														
7P	Odnosi s javnošću																																														
12S	Brendiranje knjižnice																																														
13S	Termin za izradu projekata																																														
14S	Predstavljanje projektnih planova																																														
15S	Predstavljanje marketinških planova																																														



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Obvezna literatura	<p>Alfirević, Nikša, Jurica, Pavičić, Ljiljana, Najev Čačija, Zoran, Mihanović, Jelena, Matković. 2013. <i>Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija</i>. Zagreb : Školska knjiga; Institut za inovacije.</p> <p>Dragojević, Sanjin, Milena, Dragičević Šešić, Stojković. 2008. "Definiranje programa organizacijskog razvoja u turbulentnim vremenima: metodološko-proceduralni okvir." U <i>Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima</i>, 47-65. Zagreb: Jesenski i Turk.</p> <p>Evans, Edward G., Camila A., Alire. 2013. "Leading", "Managing Technology", "Ethics" U <i>Management Basics for Information Professionals</i>, 3rd edition. London : Facet. (str. 457-481, 511-530)</p> <p>Radalj, Miro. 2016. "Javnost u odnosima s javnošću". U <i>Knjiga I nakladništvo u odnosima s javnošću</i>, 51-89. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada.</p> <p>Sabolović-Krajina, Dijana. 2020. "Design thinking kao poslovni koncept i alat u upravljanju knjižnicama." <i>Vjesnik bibliotekara Hrvatske</i>, 63, br. 1-2: 65-82. doi:10.30754/vbh.63.1-2.784</p>
Dodatna literatura	<p>Allan, Barbara. Project management: tools and techniques for today's ILS professional. London : Facet Publishing, 2004.</p> <p>Drucker, P. Upravljanje u budućem društvu. Zagreb; Zaprešić : Agora et al., 2007. Str. 15-28.; 165-211.</p> <p>Drucker, P. Najvažnije o menadžmentu : izbor iz radova o menadžmentu. Zagreb : M. E. P. Consult, 2005. (poglavlja Što možete naučiti od neprofitnih organizacija, Odabir ljudi - osnovna pravila, i Sudjelovanje u životu zajednice kroz društveni sektor)</p> <p>Sikavica, Pere. Organizacija. Zagreb : Školska knjiga, 2011.</p> <p>Edward G. Evans ; Camila A. Alire. Management Basics for Information Professionals, 3rd edition. London : Facet, 2013. Str</p> <p>Marketing library and information services II.: A global outlook. / Edited by Dinesh K. Gupta, Christie Koontz & Àngels Massísimo. Berlin/Munich: De Gruyter Saur, 2013. (IFLA Publications Series; 159)</p> <p>Miloš Sprčić, Danijela. Upravljanje rizicima: temeljni koncepti, strategije i instrumenti. Zagreb : Sinergija nakladništvo, 2013.</p> <p>Pavičić, Jurica; Gnjidić, Vladimir; Drašković, Nikola. Osnove strateškog marketinga. Zagreb : Školska knjiga ; Institut za inovacije, 2014.</p> <p>Harriman, Joy H. P. Creating your library's business plans: A how-to-do-it manual with samples on CD-ROM. London : Facet, 2009.</p> <p>Šola, T. Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti. Zagreb : Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.</p> <p>Goleman, Daniel. Emocionalna inteligencija na poslu; Zagreb : Mozaik knjiga, 2008. (poglavlja 1 i 3)</p> <p>Choi, Namjoo, Soohyung, Joo. 2018., "Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing", <i>Library Hi Tech</i>, https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237</p> <p>Dragičević Šešić, Milena, Branimir, Stojković. 2013. "Projektni menadžment." U <i>Kultura: menadžment, animacija, marketing</i>, 141-179. Zagreb: KIC.</p>



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Mrežni izvori	Mrežni izvori nalaze se u prezentacijama predavanja i seminarske nastave.					
Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)	Samo završni ispit					
	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit		<input type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit	
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće		<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit		<input type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit	
<input type="checkbox"/> seminarski rad i završni ispit		<input checked="" type="checkbox"/> seminarski rad		<input type="checkbox"/> drugi oblici		
Način formiranja završne ocjene (%)	Ukupni bodovi su podijeljeni na sljedeći način: - zadaće (analiza strateškog plana, TED predavanja, čitanje zadane literature) - 50 bodova - seminarski rad (marketinški plan) - 30 bodova - seminarski rad (prijedlog projekta) - 50 bodova - završni ispit - 70 bodova Pri ocjenjivanju prijedloga projekta i marketinškog plana vrednovati će se usklađenost s dobivenim uputama, inovativnost ideje, te izgled, sadržaj, cjelovitost i pismenost dokumenta.					
Ocjenjivanje / upisati postotak ili broj bodova za elemente koji se ocjenjuju /	0-119	nedovoljan (1)				
	120-139	dovoljan (2)				
	140-159	dobar (3)				
	160-179	vrlo dobar (4)				
	180-200	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					



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA
Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

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 akademska 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 povredu 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 izrijeком dopušteno;- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje 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><i>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru.</i></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.</p>
--------------------------	---