

UPUTE ZA 1. ZADATAK
ESEJ (ishod 1)**Općenito o zadacima :**

- Pisanje eseja uključuje teorijsku obradu zadanih tema, a izrađuje se individualno.
- Osim kvalitete eseja te posebno vrste i načina analize, na konačnu ocjenu utječe i forma, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu zadaća.
- Praktični zadaci zahtijevaju pripremu koja mora biti napravljena u skladu sa zadanim rokom.
- Ako student ne dostavi na vrijeme svoju pripremu, dobiva nižu ocjenu.
- Osim kvalitete odrađene vježbe, na konačnu ocjenu utječe i sadržaj, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu pripreme.
- U slučaju propuštenog termina za odrađivanje vježbe, moguća je nadoknada samo jednog zadatka u zadnjem tjednu.

ZADATAK 1.

1. odabrati osobu iz javnog života u Republici Hrvatskoj, pronaći snimku njezinog nastupa u medijima (najmanje 5 minuta) te poslati link ili snimku na odobrenje (davorgovor@gmail.com).
2. napraviti analizu medijskog nastupa: ukratko opisati odabranu osobu i staviti njezin nastup u širi kontekst (iz čega će nam biti jasan razlog Vašeg odabira), analizirati retorički dizajn i govornu izvedbu te zaključiti cjelokupnim dojmom.
3. predlaže se obim rada od 1800 do 3600 znakova (2 kartice teksta) te esejistička forma: uvod, kratak opis osobe i medijskog nastupa koji se analizira, analiza svih segmenata medijskog nastupa te zaključak.

Kriteriji za ocjenjivanje:

Ocjenjuje se sve:

- je li zadatak napravljen na vrijeme
- jesu li obrađene sve točke zadatka i koliko kvalitetno (dubinska, a ne površna analiza)
- je li poštivan predloženi obim od minimalnih 1800 do maksimalnih 3600 znakova
- je li se pazilo na tehničke pojedinosti i svakako na jezik (pravopis i gramatika)

VAŽNO!

Rok za dostavu rada je **27. ožujka 2025.** (do 23:59) putem studentskog portala – preko opcije ZADAĆA, u naslovu treba stajati naslov zadatka i Vaše ime i prezime (npr. Zadaća 1. Mirko Mirković).

Za sva dodatna pitanja stojim na raspolaganju!

Sretno!



UPUTE ZA 2. ZADATAK
RADIJSKI INTERVJU (ishod 3, 5)**Općenito o zadacima :**

- Pisanje eseja uključuje teorijsku obradu zadanih tema, a izrađuje se individualno.
- Osim kvalitete eseja te posebno vrste i načina analize, na konačnu ocjenu utječe i forma, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu zadaća.
- Praktični zadaci zahtijevaju pripremu koja mora biti napravljena u skladu sa zadanim rokom.
- Ako student ne dostavi na vrijeme svoju pripremu, dobiva nižu ocjenu.
- Osim kvalitete odrađene vježbe, na konačnu ocjenu utječe i sadržaj, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu pripreme.
- U slučaju propuštenog termina za odrađivanje vježbe, moguća je nadoknada samo jednog zadatka u zadnjem tjednu.

ZADATAK 2.

1. odabrati zanimanje koje ćete predstavljati u radijskoj emisiji i u natuknicama odgovoriti na sljedećih pet pitanja:

1. Što sve radi...?
2. Kako izgleda uobičajen radni dan?
3. Koje su prednosti?
4. Koji su nedostaci?
5. Koji su preduvjeti i kompetencije?

2. poslati pripremu mailom na davorgovor@gmail.com najkasnije **do 10. travnja u 15:00.**

3. sudjelovati u petominutnom radijskom intervju u zakazanom terminu – **četvrtak, 10 travnja od 18:50 u studiju.**

Kriteriji za ocjenjivanje:

Ocjenjuje se sve:

- je li priprema poslana na vrijeme
- jesu li obrađene sve točke zadatka i koliko kvalitetno
- je li se vodilo računa o retoričkom dizajnu i govornoj izvedbi
- je li se pazilo na tehničke pojedinosti i svakako na jezik

Za sva dodatna pitanja stojim na raspolaganju!

Sretno!



UPUTE ZA 3. ZADATAK
TV IZJAVA (ishod 2, 3, 4)

Općenito o zadacima :

- Pisanje eseja uključuje teorijsku obradu zadanih tema, a izrađuje se individualno.
- Osim kvalitete eseja te posebno vrste i načina analize, na konačnu ocjenu utječe i forma, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu zadaća.
- Praktični zadaci zahtijevaju pripremu koja mora biti napravljena u skladu sa zadanim rokom.
- Ako student ne dostavi na vrijeme svoju pripremu, dobiva nižu ocjenu.
- Osim kvalitete odrađene vježbe, na konačnu ocjenu utječe i sadržaj, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu pripreme.
- U slučaju propuštenog termina za odrađivanje vježbe, moguća je nadoknada samo jednog zadatka u zadnjem tjednu.

ZADATAK 3.

1. Odabrati jednu od tri ponuđene teme za TV izjavu te pripremiti izjavu u trajanju od 45 sekundi.

Teme:

- najava događanja: opis određenog događanja (sami odabirete koji)
- poziv: zašto studirati OSJ na VERN'u
- pohvala: isticanje poslovnog ili sportskog uspjeha (osvrst na nešto što se dogodilo)

2. Sudjelovati u snimanju TV izjave u studiju u zakazanom terminu – **četvrtak, 8. svibnja od 18:50.**

Kriteriji za ocjenjivanje:

Ocjenjuje se sve:

- je li TV izjava pripremljena (priprema se ne mora prethodno slati na mail)
- je li se vodilo računa o retoričkom dizajnu i govornoj izvedbi - u kojoj su mjeri zadovoljene potrebe ovog formata na razini sadržaja (**jasnoća, jednostavnost, sažetost, čvrsti stavovi, argumenti, primjeri, brojčano prikazivanje, slikovitost**) i forme (**pune rečenice, logički naglasak, standardni govor, smirenost, srdačnost, mimika i gesta, pogled u novinara, uspravno držanje, primjerena odjeća, mogući rekviziti**)
- je li se pazilo na tehničke pojedinosti i svakako na jezik

Za sva dodatna pitanja stojim na raspolaganju!

Sretno!



Medijski nastup

UPUTE ZA 4. ZADATAK
TV INTERVJU (ishod 2, 3, 4)

Općenito o zadacima :

- Pisanje eseja uključuje teorijsku obradu zadanih tema, a izrađuje se individualno.
- Osim kvalitete eseja te posebno vrste i načina analize, na konačnu ocjenu utječe i forma, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu zadaća.
- Praktični zadaci zahtijevaju pripremu koja mora biti napravljena u skladu sa zadanim rokom.
- Ako student ne dostavi na vrijeme svoju pripremu, dobiva nižu ocjenu.
- Osim kvalitete odrađene vježbe, na konačnu ocjenu utječe i sadržaj, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu pripreme.
- U slučaju propuštenog termina za odrađivanje vježbe, moguća je nadoknada samo jednog zadatka u zadnjem tjednu.

ZADATAK 4.

1. Grupirati se u tim od 3 osobe koje će sudjelovati u intervjuu (polemici).
2. Dogovoriti temu oko koje postoji prijedor, temu na koju će sudionici moći zauzeti suprotna stajališta.
3. Odrediti tko će biti voditelj, a tko polemičari.
4. Temu i sudionike (i željeni datum intervjuja) potrebno je **do srijede 4. lipnja u 23:59** poslati na mail davorgovor@gmail.com
5. Svatko treba poslati svoj Toulminov model argumentacije prema tezi koju zastupa. Voditelj za ovaj dio zadatka može odabrati stranu, ali u intervjuu je neutralan.
6. Pripremiti tv intervju u trajanju od najmanje 5 minuta (poželjno je 7 minuta).
7. Sudjelovati u snimanju tv-intervjua u zakazanom terminu – **četvrtak, 5. ili 12. lipnja u 18:50**

Kriteriji za ocjenjivanje:

Ocjenjuje se sve:

- je li tv-intervju pripremljen
- je li se vodilo računa o retoričkom dizajnu i govornoj izvedbi - u kojoj su mjeri zadovoljene potrebe ovog formata na razini sadržaja (**jasnoća, čvrsti stavovi, argumenti, primjeri, govorni bonton**) i forme (**pune rečenice, logički naglasak, standardni govor, smirenost, srdačnost, mimika i gesta, držanje, primjerena odjeća, mogući rekviziti**)
- je li se pazilo na tehničke pojedinosti i svakako na jezik

Za sva dodatna pitanja stojim na raspolaganju!

Sretno!



UPUTE ZA 5. ZADATAK:
YOUTUBE VIDEO (ishod 5, 6)

Općenito o zadacima :

- Praktični zadaci zahtijevaju pripremu koja mora biti napravljena u skladu sa zadanim rokom.
- Ako student ne dostavi na vrijeme svoju pripremu, dobiva nižu ocjenu.
- Osim kvalitete odrađene vježbe, na konačnu ocjenu utječe i sadržaj, kao i (ne)poštivanje rokova za dostavu pripreme.
- U slučaju propuštenog termina za odrađivanje vježbe, moguća je nadoknada samo jednog zadatka u zadnjem tjednu.

ZADATAK 5.

1. Prisjetiti se tvrtke ili branda koji ste osmislili u sklopu kolegija „Upravljanje ljudskim potencijalima“ ili „Internet i društvene mreže“. Do petka, 16. svibnja u 23:59 poslati naziv i opis branda (tri natuknice) na davorgovor@gmail.com nakon čega ćete dobiti kratak opis krizne situacije.
2. Snimiti video u trajanju od 1 minute u kojem ćete se, govoreći u kameru, obratiti javnosti kao glasnogovornik tvrtke koja se našla u kriznoj situaciji.
3. Poslati video na davorgovor@gmail.com. Budući da je riječ o većem formatu, predlažem WeTransfer, Google Drive sharing, Dropbox...
4. Krajnji rok za predaju videa – **datum ispitnog roka koji prijavljujete**.
5. Pogledajte primjere kako bi to otprilike trebalo izgledati. Naravno, vi ćete to izvesti puno bolje.

<https://www.youtube.com/watch?v=bxkoQWkXzgw>

https://www.youtube.com/watch?v=d_sBDEJQkOc

<https://www.youtube.com/watch?v=47B8LsVOzAU&t=27s>

https://www.youtube.com/watch?v=iXrxDKwIA_s

<https://www.youtube.com/watch?v=irccoRJCQqU>

Kriteriji za ocjenjivanje:

Ocjenjuje se sve:

- je li izjava pripremljena (priprema se ne mora prethodno slati na mail)
- je li se vodilo računa o retoričkom dizajnu i govornoj izvedbi - u kojoj su mjeri zadovoljene potrebe ovog formata na razini sadržaja (**odgovori na ključna pitanja: Što se dogodilo? Tko je kriv? Što se radi kako bi se ispravila šteta? Kada možemo očekivati detaljnije informacije?**) i forme (**pune rečenice, logički naglasak, standardni govor, smirenost, empatija, mimika i gesta, držanje, primjerena odjeća**)
- je li se pazilo na tehničke pojedinosti i svakako na jezik

Za sva dodatna pitanja stojim na raspolaganju!

Sretno!



Sveučilište VERN'

Kolegij: OP

doc. dr. sc. Maja Kolega

Studij: ST / EP

Lista provjere istraživačkog seminara iz Organizacijske psihologije					
Rb.		DA	NE	Djelomice	
1.	Obima cca 10 punih stranica teksta (+ naslovna + literatura)				
2.	Usklađenost s Radnom uputom za seminarski rad (na studentskom portalu; pod dokumentima)				
3.	Literatura je pravilno citirana (navedeno je sve što se koristi – i u tekstu i u popisu literature)				
4.	Tekst je uredno napisan (bez tipfelera i gramatičkih pogrešaka) i grafički uređen				
5.	Rok predaje: poslan je najkasnije na dan prezentacije na mail svom predavaču/ici				
6.	Poštuje sljedeću strukturu rada: naslovnica, sadržaj, uvod, ciljevi, hipoteze, metoda, ispitanici, rezultati, zaključak, literatura				
7.	Izvori sadrže minimalno 3 stručna/znanstvena izvora (primjerice 1 stručnu knjigu i 2 stručna članka)				
8.	Uz rad je priložena i e-poveznica na anketu i bazu „sirovih“ podataka ili originalna pitanja za intervju ili sl.				
9.	Ukoliko su u radu korišteni neki od alata <i>Artificial Intelligence (AI)</i> podrške; jasno su označeni te adekvatno navedeni u popisu literature				
10.	Rad je zadovoljio provjeru autentičnosti putem računalnog programa				

Student/ica: _____

Pismeni dio:

Usmeni dio:

Rb.	KRITERIJI	DA	NE	Djelomice	NAPOMENA
1.	Tema je prezentirana u interaktivnoj formi; uz glavne zaključke te grupnu diskusiju (pripremljena pitanja i aktivnosti/vježbe u funkciji interakcije tijekom prezentacije odnosno grupne rasprave o temi na kraju izlaganja)				
2.	Prezentacija je praćena slajdovima ili drugim audiovizualnim pomagalicama				
3.	Prezentacija traje od 10 do 15 minuta (bez grupne rasprave)				

Predavač/ica označava svaki kriterij u tablici ovisno o procjeni (DA- 1 bod, Djelomice- 0,5 boda, NE- 0)

Max broj bodova 13

Skala: 12 - 13 bodova – izvrstan(5)

10 - 11 – vrlo dobar(4)

8 - 9- dobar (3)

7 – dovoljan (2)

Sveučilište VERN'

STUDIJ: CKZM

Kolegij: Digitalni marketing

Kriteriji ocjenjivanja za timski zadatak:

Studenti su podijeljeni u timove.

Svaki tim za zadatak ima osmisлити digitalnu kampanju za zadani brend (stvarni brend s tržišta).

Studenti moraju zadovoljiti zadane korake u postavljanju digitalne kampanje, a to su:

- Analiza online aktivnosti *brenda* za kojeg rade kampanju
- Analiza online aktivnosti konkurencije
- Definirati ciljanu skupinu
- Definirati ciljeve komunikacije
- Odrediti taktike digitalnog marketinga tj koje online kanale komunikacije koristiti u kampanji
- Dati prijedloge oglašavanja na digitalnim kanalima
- Odrediti metriku

Ocjena izvrstan (5) – studenti su zadovoljili i ispoštivali sve korake za postavljanje digitalne kampanje. Osmišljena kreativna priča jasno je prikazana i iskomunicirana kroz odabrane digitalne kanale. S jasnim prikazanim *content planom* objava na *SoMe kanalima*, prikazanim prijedlozima oglašavanja, prikazanim *media planom*, razrađenim *prijedlogom native oglašavanja* i prikazanim metrikama koje bi se mjerile u kampanji

Ocjena vrlo dobar (4) – studenti su odradili sve korake za postavljanje digitalne kampanje. Osmišljena kreativna priča jasno je prikazana i iskomunicirana kroz odabrane digitalne kanale. S nedovoljnom prikazanim *content planom* objava na *SoMe kanalima*, prikazani prijedlozi oglašavanja nisu bili detaljno razrađeni, prikazanim *media planom*, razrađenim *prijedlogom native oglašavanja* i prikazanim metrikama koje bi se mjerile u kampanji

Ocjena dobar (3)– studenti su ispoštovali sve korake za postavljanje digitalne kampanje. Osmišljena kreativna priča jasno je prikazana i iskomunicirana kroz odabrane digitalne kanale. S nedovoljnom prikazanim *content planom* objava na *SoMe kanalima*, prikazani prijedlozi oglašavanja nisu bili detaljno razrađeni, nisu prikazali *media planom*, bez razrađenog *prijedlogom native oglašavanja* i prikazanim metrikama koje bi se mjerile u kampanji

Ocjena dovoljan (2)– studenti su ispoštovali sve korake za postavljanje digitalne kampanje. Osmišljena kreativna priča nejasno je prikazana i iskomunicirana kroz odabrane digitalne kanale. S nedovoljnom prikazanim content planom objava na SoMe kanalima, prikazani prijedlozi oglašavanja nisu bili detaljno razrađeni, nisu prikazali media plan, bez razrađenog prijedloga native oglašavanja i prikazanim metrikama koje bi se mjerile u kampanji

Ocjena nedovoljan (1) – studenti nisu ispoštovali sve korake za postavljanje digitalne kampanje. Nema osmišljene priče koju je moguće iskomunicirati na jasan način kroz digitalne kanale. S nedovoljnom prikazanim content planom objava na SoMe kanalima. Nisu prikazani prijedlozi oglašavanja, nisu prikazali media plan, bez razrađenog prijedloga native oglašavanja i prikazanim metrikama koje bi se mjerile u kampanji.